

OFERTA TURÍSTICA DE MEDELLÍN

SUBSEDE DE LOS IX JUEGOS SURAMERICANOS 2010

JULIO CESAR MESA LONDOÑO
JUAN CARLOS ARANGO QUINTERO
MARTHA IRENE PULGARÍN



Editorial
Esumer



**ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA
TURÍSTICA EN MEDELLÍN Y LAS SUBSEDES DE LOS
JUEGOS SURAMERICANOS
Medellín, Marzo De 2010**

**Julio César Mesa L.
Juan Carlos Arango Q.**

Coinvestigadores

**Marta Irene Pulgarín A. (Economista)
Pedro A. Gómez Paz (Administrador**



©OFERTA TURÍSTICA DE MEDELLÍN

©Julio Cesar Mesa Londoño

Juan Carlos Arango Quintero

Martha Irene Pulgarín

Institución Universitaria Esumer

ISBN 978-958-8599-52-6

Coordinación Editorial

Comité Editorial Esumer

Asesor

Iván Sylva

Diseño de Portada

Mónica Vasco

Sandra Aristizábal

Diana Marcela Giraldo

Revisión y Evaluación

Comité editorial

Corrección de Estilo

Comité editorial

Diseño y Diagramación

Comité editorial

Institución Universitaria Esumer, 2011

Calle 76 80-26, Carretera al Mar

Teléfono: (57) (4) 403 81 30

www.esumer.edu.co

Medellín, Colombia

Publicado y hecho en Colombia

Published in Colombia

TABLA DE CONTENIDO



1. PROBLEMA
2. OBJETIVOS
 - 2.1 General
 - 2.2 Específicos
3. METODOLOGÍA
 - 3.1 Fuentes de información
 - 3.2 Técnicas de investigación
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS
 - 4.1 Generalidades del turismo
 - 4.2 Situación del turismo mundial
 - 4.3 Tendencias mundiales del turismo
 - 4.3.1 *Turismo de negocios, eventos y convenciones*
 - 4.3.1.1 *Clasificación de los eventos*
5. TURISMO EN COLOMBIA
 - 5.1 Situación del turismo en Colombia
 - 5.2 Turismo en Antioquia
 - 5.3 Turismo en Medellín
 - 5.3.1 *Medellín, ciudad de eventos y negocios*
 - 5.3.2 *Clúster de Turismo de negocios, ferias y convenciones*
 - 5.4 Turismo de las subsedes
6. HOTELERÍA

- 6.1 Comportamiento de la industria hoteleira en el continente americano**
- 6.2 Hotelería en Colombia**
- 6.3 Hotelería en Medellín**
- 6.4 Alojamiento y hospedaje de las subsedes de los Juegos Suramericanos**
- 7. OPERADORES TURÍSTICOS**
 - 7.1 Operadores turísticos en Medellín**
- 8. CIRCUITOS COMERCIALES Y GASTRONÓMICOS DE MEDELLÍN**
 - 8.1 Zonas y circuitos comerciales y gastronómicos**
 - 8.2 Gastronomía**
 - 8.3 Circuitos turísticos de Medellín**
 - 8.4 Oferta cultural en Medellín**
 - 8.5 Transporte en Medellín**
 - 8.5.1 Transporte público urbano de pasajeros y turismo*
 - 8.5.2 Transporte aéreo de pasajeros*
 - 8.6 Comercio**
- 9. OFERTA COMERCIAL Y GASTRONÓMICA SUR DEL VALLE DE ABURRÁ**
 - 9.1 Gastronomía del sur del Valle de Aburrá**
 - 9.2 Tabernas, bares y discotecas en el sur del Valle de Aburrá**
- 10. CIRCUITOS COMERCIALES Y GASTRONÓMICOS NORTE DEL VALLE DE ABURRÁ**
 - 10.1 Gastronomía del norte del Valle de Aburrá**
 - 10.2 Tabernas, bares y discotecas en el norte del Valle de Aburrá**

11. CIRCUITOS COMERCIALES Y GASTRONÓMICOS ORIENTE ANTIOQUEÑO

11.1 Gastronomía del Oriente antioqueño

11.2 Circuitos turísticos del Oriente antioqueño

11.3 Tabernas, bares y discotecas del Oriente antioqueño

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

TABLAS

Tabla 1. Eventos en Plaza Mayor (Medellín, 2009)

Tabla 2. Carácter de los eventos en Plaza Mayor (Medellín, 2009)

Tabla 3. Tarifas de algunos hoteles de Medellín por zonas

FIGURAS

Figura 1. Clasificación de eventos

Figura 2. Llegada de pasajeros a Medellín-Antioquia por principales orígenes internacionales

Figura 3. Llegada de pasajeros a Medellín-Antioquia por orígenes nacionales

Figura 4. Ocupación hotelera Medellín 2008-2009

Figura 5. Oferta gastronómica por tipo de cocina en Medellín

Figura 6. Oferta gastronómica de calidad en Medellín

Figura 7. Lugares para el entremés –café, salones de té, pastelerías y heladerías- en Medellín

Figura 8. Oferta cultural en Medellín

Figura 9. Oferta de parques temáticos en Medellín

Figura 10. Oferta de bares, tabernas, discotecas y fondas en Medellín

Figura 11. Oferta de centros comerciales en Medellín

Figura 12. Oferta de centros comerciales en las subsedes de los Juegos

Figura 13. Oferta gastronómica de calidad en el sur del Valle de Aburrá

Figura 14. Oferta de bares, tabernas, discotecas y fondas de los municipios del sur del Valle de Aburrá

Figura 15. Oferta gastronómica de calidad en el Oriente antioqueño

Figura 16. Oferta turística en el Oriente antioqueño

Figura 17. Oferta de bares, tabernas, discotecas y fondas en el Oriente antioqueño

1. PROBLEMA

La tercerización de la economía mundial es una tendencia que hoy parece imparable. Cada vez más el sector de los servicios o llamados intangibles incrementa su aporte frente a las actividades de los sectores primario y secundario. En efecto, para 2005, el PIB mundial se distribuía en un 4% para la agricultura, 32% en producto industrial y el 64% restante en servicios. Mientras que el comercio internacional de servicios (comerciales, viajes, transportes, otros) creció un 12% promedio entre 2000 y 2008 (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2009). La revolución de las Tics acompañada de la subcontratación de todo tipo de servicios que las grandes empresas hacen con otras de menor tamaño y la flexibilidad de los procesos productivos de los intangibles son, entre otras, las causas del fenómeno tercerizador.

Uno de los subsectores que le aporta mayor dinamismo al sector servicios es el del turismo y los viajes. En el marco de la globalización de las comunicaciones y de las innovaciones en los distintos modos y sistemas de transporte el sector turístico ha expresado desarrollos importantes. Entre 2005 y 2009 dicho sector creció en promedio cerca del 2.7%. Asimismo, contribuía con el 9.4% del PIB mundial y con el 7.6% del empleo total. Luego de que la actividad turística cayera en 2009 un 3.5%, estudios recientes proyectan que hacia el 2015 mantendrá un crecimiento cercano al 4% (The World Travel & Tourism Council (WTTC), 2009). Sin duda el turismo y las actividades asociadas tienen futuro en el mundo, en la medida en que las redes de intercomunicación crezcan y se reduzcan las

restricciones a la movilidad de las personas. Los avances en esta materia son insospechados.

Medellín se ha convertido en los últimos años en una ciudad caracterizada por eventos de talla internacional. Eventos como Colombiatex y Colombiamoda, la Feria de las Flores, la temporada decembrina y la Asamblea del BID 2009 son hechos que le imprimen a la capital antioqueña un sello especial y que jalonan el turismo como una actividad conexas. La importancia de este sector para Antioquia puede evidenciarse en una participación en el valor agregado sectorial del 9.78% para el 2008; ocupando así el sexto puesto entre nueve sectores.¹ De igual forma, el sector de hotelería y restaurantes representaba para el mismo año el 1.6% del PIB de Antioquia, departamento que contribuía a su vez con el 11.6% del producto nacional ligado a esta actividad (Alcaldía de Medellín).

Aunque el sector turístico colombiano y local aún manifieste un desarrollo incipiente, los distintos niveles de gobierno están forjando apuestas estratégicas que lo dimensionan como una de las fuentes promisorias de ingresos y ventas al exterior. En efecto, el Gobierno Nacional afirma que “[...] en el año 2020, la actividad turística participará entre el 7% y el 9% del PIB de Antioquia, fruto de un manejo creativo e innovador de su biodiversidad, los negocios y los eventos” (DNP, 2007). Además, propone el documento oficial que especifica que dicha apuesta se logrará mediante la estrategia de asociatividad empresarial, redes de innovación y cluster empresariales. Por ello la Alcaldía de Medellín en 2008 decidió conformar el cluster de turismo para la ciudad, con lo cual:

El reto [...] es direccionar cada una de las actividades que debe realizar cada componente para que en el 2010 el turismo sea una actividad tan competitiva que pueda hacer una mayor contribución

¹El primero fue el de intermediación financiera, actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler con el 19,91% y el segundo la industria con 18.56% (Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2007).

al PIB de Antioquia, y todo esto producto de un manejo creativo e innovador de la biodiversidad, los negocios y los eventos.

Dado que el gobierno ha pensado en una estrategia empresarial y sectorial de lo turístico, resulta necesario evaluar en el futuro las potencialidades que al respecto tiene Antioquia, Medellín y su área Metropolitana. Potencialidades que deben enfocarse desde la perspectiva de la integración, no sólo entre empresas y sectores, sino entre regiones, instituciones y actores sociales. No obstante, y pese a que existan estadísticas de ocupación y capacidad hotelera por regiones de Colombia, las cifras se quedan cortas para lograr una comprensión más integral y sistémica del turismo y las actividades conexas.

Aprovechando el marco de los IX Juegos Suramericanos 2010 que tendrán lugar en Medellín y sus sedes alternas, Esumer plantea una caracterización de la actividad turística de esta ciudad, de tal suerte que se describa el estado actual de capacidad instalada en términos de hotelería, recreación, servicios de alimentación, esparcimiento, transporte, agencias, entre otros. En este sentido el estudio respondió una pregunta central:

¿Cuál es la capacidad instalada del sector turismo y las actividades asociadas de la sede principal (Medellín) y las ocho alternas² para dar respuesta a los requerimientos de los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010?

Del mismo modo, y con base en esta pregunta, dio respuesta a dos cuestionamientos específicos:

- ¿Cuáles son las características de servicios, precios y capacidad de la oferta hotelera del área geográfica de estudio?

²Bello, Copacabana, Envidado, Guarne, Guatapé, Itagüí, Rionegro y Sabaneta.

- **¿Cuáles son las características de la oferta de servicios de gastronomía, recreación, esparcimiento, transporte y agencias, respecto a producto, servicio, precios, ubicación y valores agregados al comprador?**

2. OBJETIVOS

2.1 General

Determinar la capacidad instalada del sector turismo y las actividades asociadas en la ciudad de Medellín y las sedes alternas para los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010.

2.2 Específicos

- Clasificar bajo los criterios de servicio/producto, precios y capacidad instalada, la oferta hotelera en Medellín y las sedes alternas de los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010.
- Caracterizar la oferta de servicios de gastronomía, recreación, esparcimiento, transporte y agencias de turismo en la ciudad de Medellín y las sedes alternas de los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010, de acuerdo con los parámetros de producto/servicio, precios, ubicación y valores agregados al comprador.

3. METODOLOGÍA

El estudio fue descriptivo, en tanto se centró en las características de la oferta turística y de las actividades asociadas. Además, dicha caracterización estuvo sustentada en los factores que determinan desde lo económico el comportamiento de las empresas de servicios.

3.1 Fuentes de información

Este estudio se basó tanto en fuentes primarias como secundarias. Respecto a las primeras se recurrió a la información brindada por expertos del sector como: directivos del cluster de turismo para Medellín, Sistema de Indicadores Turísticos (Situr), Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), oficinas municipales de turismo, agencias de turismo, entre otros. Las fuentes secundarias correspondieron a las páginas web de los organismos relacionados con el sector y con los IX Juegos Suramericanos, directorios hoteleros y de empresas asociadas al sector, páginas amarillas, webs disponibles de los hoteles y empresas asociadas de la región de estudio, anuarios estadísticos de Antioquia y municipales.

3.2. Técnicas de investigación

Las fuentes directas se abordaron mediante el instrumento de entrevista semiestructurada, diseñada de acuerdo con los criterios de caracterización de la oferta, al tiempo que permitieran validar la información obtenida por fuentes secundarias. Las fuentes indirectas se sistematizaron a través de cuadros o matrices donde se cruzaron las empresas del sector con los

critérios de caracterización. Con esta información se utilizaron indicadores de estadística descriptiva para apoyar las observaciones de campo y los testimonios de los expertos.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Generalidades del turismo

Si se observa a lo largo del tiempo la evolución de la actividad turística, ésta se manifiesta como un fenómeno complejo y de larga trayectoria.

En la Antigüedad y la Edad Media existían viajeros que se desplazaban por motivos religiosos, de esparcimiento, comercio, descubrimiento, entre otros. Durante los siglos XV al XVIII se establecieron las primicias del turismo. En el siglo XIX y primera mitad del XX se determinaron las bases del turismo moderno desde una corriente elitista, dando paso, tras la Segunda Guerra Mundial, al turismo de masas con un fuerte grado de democratización debido a factores económicos, sociales y culturales, así como a la creciente urbanización; al tiempo que se diversifican las formas del turismo (costa, montaña, nieve, rural, urbano; salud, cultural, religioso; de negocios, reuniones, entre otros), con grandes disparidades entre los países desarrollados y los menos desarrollados; destacándose una fuerte concentración de la demanda en Europa, América del Norte (EE.UU. y Canadá) y Japón, especialmente en sus poblaciones urbanas y con motivaciones muy diversas, a la vez que se produce una emergencia de diversos países y regiones (el Caribe, países de Sudamérica, costa mediterránea de África, Sudáfrica, China, Tailandia) que captan en la actualidad una parte cada vez más importante de los flujos turísticos.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en

lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

De acuerdo con estas actividades el sector turístico ofrece diversos productos (servicios más derechos de uso), a través de diferentes empresas y organizaciones públicas y privadas, entre los cuales se encuentran el turismo de masas, el turismo individual, el turismo cultural,³ el turismo natural,⁴ el turismo activo⁵ y el turismo de negocios, eventos y convenciones,⁶ entre otros. Adicional a esto, el turismo como actividad económica incluye para la atención de sus usuarios servicios como: alojamiento, alimentación (restaurantes), intermediación (operadores turísticos), información, acogida de eventos, convenciones o similares, transporte y recreación.

El turismo se encuentra vinculado directamente a la situación económica mundial y es uno de los principales sectores de empleo en muchos países. Del mismo modo, es un vehículo para la entrada rápida de los jóvenes y las mujeres de las comunidades urbanas y rurales en el mundo del trabajo o, a través de su fuerte efecto multiplicador, en servicios relacionados, en manufacturas o en la producción agrícola y permite apoyar las medidas de estímulo a corto plazo, en especial las dirigidas a crear y mantener puestos de trabajo, así como la transformación hacia una economía verde a largo plazo (Barómetro OMT del Turismo Mundial, 2009).

En el caso del turismo de negocios, eventos y convenciones, éste favorece la inversión pública de los Estados, especialmente en infraestructura urbana (aeropuertos, carreteras, escenarios deportivos), para adecuar la

³Urbano, arqueológico, de compras, etnográfico, literario, de formación, científico, gastronómico, enológico, industrial, itinerante.

⁴Parques temáticos, ecoturismo, rural, agroturismo, agroecoturismo, ornitológico (aves), micológico (setas y hongos).

⁵Ictioturismo (pesca), deportivo, de aventura, espacial, religioso, espiritual, termal o de salud, médico, sexual, turismo social, turismo experiencial.

⁶Negocios, eventos, reuniones y congresos (convenciones, de incentivo, family tours).

oferta turística a la demanda. Además se embellecen y mejoran los espacios públicos de las ciudades, mejorando la vida del habitante local y la estancia del turista en el lugar de destino.

4.2 Situación del turismo mundial

Desde la segunda mitad del año 2008, la tendencia de crecimiento sostenido⁷ del turismo con relación a los años anteriores cambió bruscamente, la llegada de turistas internacionales comenzó a dar muestras de un crecimiento negativo en cada uno de los seis últimos meses de 2008 y a pesar de que éste no es un sector inmune a la recesión de la economía, aún así es el que ha resistido mejor a la desaceleración económica, si se compara con otros sectores como la construcción, el sector inmobiliario o la automoción (Barómetro OMT del Turismo Mundial, 2008).

La tendencia negativa del turismo internacional que se presentó durante la segunda mitad de 2008 se intensificó en 2009. A la luz del rápido deterioro de la situación económica, las perspectivas de crecimiento económico se han ajustado repetidamente a la baja durante los últimos seis meses. Al respecto, Taleb Rifai, secretario general en la XVIII Asamblea General de la OMT (Kazajistán, noviembre de 2009), expresó lo siguiente: “La crisis económica mundial, agravada por la incertidumbre en torno a la pandemia de gripe AH1N1 hizo que 2009 fuera uno de los años más difíciles para el sector del turismo”.

Según la edición del Barómetro OMT del Turismo Mundial de junio de 2009, el turismo internacional experimentó una caída del 8% entre enero y abril, en comparación con el mismo periodo de 2008. Los destinos del mundo entero registraron un total de 247 millones de llegadas de turistas internacionales en estos cuatro meses, frente a los 269 millones de 2008.

⁷Incluyendo el subsector de turismo de eventos y negocios que representa aproximadamente el 20% de las llegadas internacionales (Maure, 2008).

Sin embargo, el crecimiento regresó en el último trimestre de 2009, lo que permitió que los resultados para el año en su conjunto no fueran tan decepcionantes de acuerdo con lo previsto inicialmente, según la última edición del Barómetro OMT del Turismo Mundial. La llegada de turistas internacionales por motivos de negocios, ocio u otros fines disminuyó un 4% en 2009 y se registró en 880 millones (había disminuido un 10%, 7% y 2% respectivamente en los tres primeros trimestres); lo que supone una ligera mejoría sobre lo previsto, como resultado del repunte del 2% en el último trimestre del año. Asia, el Pacífico y Oriente Medio lideraron la recuperación y el crecimiento volvió a ser positivo en ambas regiones en la segunda mitad de 2009. Las perspectivas también han mejorado, con una previsión de crecimiento de la llegada de turistas internacionales entre el 3% y el 4% para el 2010. Esta perspectiva se confirma por el notable aumento del índice de confianza del Grupo de Expertos de la OMT.

Como en crisis anteriores, en el año 2009 los consumidores se inclinaron a viajar a lugares más próximos a sus hogares. El turismo interno ha resistido de una mejor forma a la crisis e incluso ha registrado un crecimiento significativo en varios destinos, a menudo con el apoyo de medidas específicas de los gobiernos dirigidas a potenciar esta tendencia. Este fue el caso, entre otros muchos países, de Brasil, China y España, donde el mercado nacional, que representa una cuota importante del total de la demanda, ha contribuido a compensar parcialmente el declive del turismo internacional.

4.3 Tendencias mundiales del turismo

Con el telón de fondo de las cifras al alza del turismo internacional y los indicadores económicos de los últimos meses, la OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales crecerán entre un 3% y un 4% en 2010. El Fondo Monetario Internacional (FMI) ha manifestado recientemente que

la recuperación mundial está avanzado a una velocidad “significativamente” mayor a la prevista, en comparación con la evaluación de octubre, la cual contaba con un claro retorno al crecimiento económico en 2010 (+3.1% a nivel global, con un desempeño más vigoroso de las economías emergentes con +5.1%, por delante de las avanzadas con +1.3%).

Por regiones, se espera que Asia siga registrando el mayor repunte, mientras que Europa y las Américas podrían recuperarse a un ritmo más moderado. El crecimiento volverá a Oriente Medio, mientras que África mantendrá su tendencia positiva y recibirá un impulso adicional gracias a la Copa Mundial de la FIFA de 2010 en Sudáfrica.

Esta mejora de las perspectivas se confirma por un notable incremento en el índice de confianza del Grupo de Expertos de la OMT,⁸ como se especificó líneas atrás, a pesar de la incertidumbre persistente respecto a la economía mundial y al entorno en el que opera el turismo. Los expertos que consideran las perspectivas para este año como “mejores” o “mucho mejores de lo que cabría razonablemente esperar” (62%) superan claramente a los que las califican como “similares” (32%) o “peores” (7%). La puntuación promedio para 2010 (131), está muy por encima del 100 neutral y se acerca al nivel de los años de bonanza comprendidos entre 2004 y 2007.

Como resultado, 2010 promete ser un año de transformación y de diversas oportunidades de crecimiento, aunque no se eliminan los riesgos de caída.

- Oportunidades de crecimiento:

- La confianza de las empresas y de los consumidores ha aumentado.

⁸Grupo de Trabajo sobre Estadísticas en el Comercio Internacional de Servicios, Subgrupo Técnico del Grupo de Expertos sobre Clasificaciones Económicas y Sociales (OMT).

- Los tipos de interés y la inflación se mantienen en mínimos históricos y, a corto plazo, sólo se esperan aumentos moderados.
- Las caídas suelen ir seguidas de repuntes debido a la demanda reprimida y se espera que los destinos apalancarán activamente esta oportunidad.
- Existen posibilidades de recuperación en mercados emisores que han sufrido mucho en 2009, como la Federación de Rusia o el Reino Unido.
- Importantes eventos internacionales y regionales se celebrarán en América Latina, Sudáfrica (Copa Mundial de la FIFA), Canadá (Olimpiadas de Invierno) y China (Exposición Universal de Shanghai), generando un potencial adicional para la demanda de viajes.
- Se espera que se mantenga el impulso del espíritu de cooperación y asociación generado por la crisis.
- La flexibilidad demostrada por el sector para afrontar las bruscas fluctuaciones de la demanda y la inestabilidad de los mercados lo ha hecho más fuerte.
- Las crisis brindan una oportunidad para afrontar debilidades estructurales e implementar estrategias que fomenten el desarrollo sostenible y la transformación hacia la economía verde.

4.3.1 Turismo de negocios, eventos y convenciones

Las modalidades del turismo son diversas. Sin embargo, una de las más importantes por su volumen y por el aporte en divisas que presenta es la de negocios, eventos, congresos y convenciones.

Revisar los conceptos y definiciones acerca del turismo de eventos, congresos y convenciones es una tarea compleja por la utilización indistinta de diferentes términos para caracterizar la actividad del turismo de

eventos: se habla de industria, de sector, de sub-sector y de negocio. Todo ello repercute en la falta de información en aspectos teórico-científicos que afectan la medición de este mercado, es decir, desvía la fiabilidad de los resultados y limita el análisis de los datos disponibles; influye directamente en el inadecuado nivel de confianza de los datos de partida que se utilizan actualmente para construir las estadísticas del mercado de negocios, eventos, congresos y convenciones, con faltantes en el registro de un número considerable de eventos y/o reuniones, lo que genera una infravaloración del mercado y la carencia de estadísticas sobre los viajes de incentivos.

El turismo de negocios y eventos abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, programas deportivos, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias (Maure, 2008).

Cabe destacar que a nivel mundial, el turismo de negocios, eventos, congresos y convenciones representa aproximadamente el 20% de las llegadas internacionales y se caracteriza por ritmos de crecimientos sostenidos, manifestando una alta rentabilidad y contribución al desarrollo de otros sectores relacionados. En Colombia el turismo de negocios, eventos, congresos y convenciones representa el 60.6% de los motivos de viaje de los visitantes del extranjero y el 54.4% de los locales.

4.3.1.1 Clasificación de los eventos

Con relación a la clasificación de los eventos según el sector económico/científico que los genere, se definen como reuniones económico/comerciales, médico/sanitarias, culturales, científico/tecnológicas, deportivas y náuticas, de Leyes, educación y comerciales. Según la información de la Asociación Internacional de

Congresos y Convenciones (ICCA) se demuestra que aún queda un importante mercado de eventos pequeños (50 hasta 249 delegados) y medianos (250 hasta 499 delegados), pero que la tendencia es el crecimiento de los eventos de mayor tamaño, especialmente los que se agrupan entre los 500 hasta 2000 participantes. Los llamados megaeventos de miles de participantes (más de 2000) también tienden a acrecentarse; según los objetivos los eventos se clasifican en eventos promocionales, informativos, formativos/didácticos, de refuerzo de relaciones sociales, de relaciones internas y de relaciones externas (véase la Figura 1).

Otros por su naturaleza se clasifican en: eventos internacionales, eventos nacionales con participación extranjera, eventos nacionales; a partir de su generación en: eventos de diseño propio o de sede captada (mundiales, olímpicos, entre otros); y según las entidades que los convocan en: gubernamentales, no gubernamentales y corporativos.

Según la clasificación de la ICCA –estamento más aceptado en el mundo–, los eventos internacionales son aquellos que reúnen tres requisitos: la asistencia de mínimo 50 participantes extranjeros; una frecuencia regular y que su sede rote al menos en tres países diferentes.

Figura 1. Clasificación de eventos

SEGÚN SECTOR GENERADOR	SEGÚN EL TAMAÑO O NÚMERO DE DELEGADOS	SEGÚN SUS OBJETIVOS
Científico técnicos	Pequeños	Eventos promocionales
Médicos	50 hasta 249 delegados	
Ciencias sociales y económicas	Medianos (250 hasta 499 delegados)	Eventos informativos
Agricultura y medio ambiente	Grandes hasta 2000 participantes	Eventos formativos-didácticos
Culturales		
Deportivos y náuticos	Megaeventos (más de 2000)	Eventos de refuerzo de relaciones sociales
Leyes		
Educación	Mini eventos entre 35 y 45 delegados)	Eventos de relaciones internas
Comerciales		Eventos de relaciones externas

Fuente: Elaboración de los autores a partir de diversas fuentes.

5. TURISMO EN COLOMBIA

En Colombia el sector del turismo se encuentra adscrito al Viceministerio de Turismo y es regulado por el artículo 61 de la Ley 300 de 1996, el cual establece el Registro Nacional de Turismo, y el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006, que define los prestadores de servicios turísticos obligados a registrarse antes de iniciar sus operaciones. Este Registro es obligatorio para el funcionamiento de empresas dedicadas a esta actividad, debe actualizarse anualmente y define los siguientes como prestadores de servicios turísticos:

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanentes, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
3. Las oficinas de representaciones turísticas.
4. Las guías de turismo.
5. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
6. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
7. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
8. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.

9. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes.
10. Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados.
11. Los concesionarios de servicios turísticos en parques.
12. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.
13. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

Actualmente en Colombia existen 10 agremiaciones avaladas por la OMT, encargadas de representar diferentes prestadores de servicios turísticos y servicios complementarios (que incluye 114 autoridades departamentales y municipales de turismo); éstas se enuncian a continuación:

- Posadas Turísticas Colombianas
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato)
- Asociación Colombiana de Industria Gastronómica (Acodres)
- Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco)
- Autoridades Departamentales y Municipales de Turismo
- Fondo de Promoción Turística de Colombia
- Dirección General Marítima
- Proexport Colombia
- Quindío: destino Rural
- Secretaria de Turismo de Medellín

5.1 Situación del turismo en Colombia

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Balance de Gestión 2009), el turismo en Colombia creció un 9% entre enero y agosto de 2009 en comparación con el mismo periodo de 2008, pese a la caída generalizada del sector a nivel mundial (con una caída del 8% por la crisis económica).

Entre enero y agosto de 2008 llegaron a Colombia 819.613 turistas extranjeros, mientras que en el mismo lapso de 2009 lo hicieron 894.742, lo que evidencia un aumento del 9.2%.

En este periodo también se incrementó el número de buques de cruceros que visitan el país (de 99 a 125) y la cifra de pasajeros (de 130.042 a 206.458). El mayor crecimiento en este ámbito lo registró la ciudad de Santa Marta, que recibió hasta el mes de agosto 23 buques y 43.778 pasajeros, frente a 8 buques y 6303 pasajeros en el mismo lapso del año anterior.

Así, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, el sector que se mostró menos afectado por la crisis económica en Colombia fue el turismo, y se ubicó como el tercer producto exportador del país.

Por último, cabe destacar que para Proexport el turismo de eventos y reuniones es uno de los rubros más importante para el país, ha jalonado el sector en los últimos años y regula la estacionalidad de la demanda turística, crea empleos y promueve el intercambio profesional y de conocimientos. Además, se constituye en un factor multiplicador de los esfuerzos promocionales de la oferta turística nacional, campo donde se resalta que Colombia en 2008 ascendió en el ranking de ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones), pasando del puesto 43 al 38 entre 84 países, año en el que realizó 34 eventos internacionales.

En los últimos, se han estado desarrollando procesos de descentralización turística y de afianzamiento de la competitividad de los productos y de los destinos turísticos del país. Estas dos grandes variables se encuentran en los diversos documentos de Política Pública Turística, especialmente a partir de la Constitución Política de 1991. Las diversas regiones han explorado y, de acuerdo con su potencial, han priorizado los productos en los cuales se están especializando.

Es por ello que se han diseñado y propuesto una serie de normas técnicas de calidad y la certificación, con estrategias claras como la organización del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología, mediante el Decreto 2269 de 1993, y políticas especializadas como la Política de Calidad Turística, desarrollada con el objetivo de mejorar la calidad de servicios y fortalecer la gestión de la calidad de las empresas y destinos; la cual establece dos líneas estratégicas:

- Calidad en los destinos turísticos mediante: a) diseño y aplicación de un modelo de indicadores de sustentabilidad turística; b) aplicación del concepto de certificado de calidad turística a destino y el desarrollo de planes de excelencia turística; y, c) modelos de gestión turística integrada en los destinos.
- Calidad en los prestadores de servicios turísticos mediante: a) la promoción de la normalización del sector a través de las Unidades Sectoriales de Normalización (USN) y b) la implementación de procesos de certificación turística en los prestadores de servicios

5.2 Turismo en Antioquia

Según cifras del Registro Nacional de Turismo, en Antioquia existen 1154 operadores de servicios turísticos inscritos, la mayoría de ellos corresponden a establecimientos de alojamiento y hospedaje (407), guías

de turismo (88), agencias de viajes y turismo (339), y agencias de viajes operadoras (93).

Todo el departamento de Antioquia, gracias a los proyectos de construcciones hoteleras que se han venido desarrollando en Itagüí, Apartadó, Barbosa y Sabaneta, terminará con un balance total de 3193 nuevas habitaciones para el año 2010. Entre los proyectos departamentales que están generando gran expectativa se encuentra la construcción del *parqueadero turístico* proyectado para el municipio de Guatapé (tal como el que ya se construyó en el municipio de Jardín), el cual permitirá que las calles del municipio sean peatonales. A esta obra se le han atribuido recursos de Fonade por 500 millones de pesos. También ha sido importante el esfuerzo conjunto del departamento con el municipio y las Empresas Públicas de Medellín.

5.3 Turismo en Medellín

5.3.1 Medellín, ciudad de eventos y negocios

Actualmente, Medellín se valora como una de las ciudades más dinámicas y emprendedoras de Suramérica. Su economía es sólida y diversa, lo cual le ha permitido constituirse como un importante polo industrial, comercial y financiero.

Debido a su gran actividad comercial e industrial, infraestructura de servicios públicos (la mejor del país) y modernos escenarios para recibir toda clase de eventos, la ciudad se ha convertido en un destino muy interesante para visitantes regionales, nacionales e internacionales. Adicionalmente, Medellín es un destino predilecto de compras; las tiendas, almacenes y centros comerciales ofrecen excelentes productos y precios. Es un destino especialmente atractivo para los interesados en la moda, la confección y la alta costura, segmentos de la industria en los que se ha ido especializando.

Durante los últimos años la ciudad ha desarrollado proyectos de alto impacto como la construcción del tren metropolitano, la puesta en marcha del Metrocable, que une los barrios menos desarrollados con la red del metro a través de un cable aéreo, y una generosa red de bibliotecas y establecimientos públicos enfocados a la formación tecnológica. De igual modo, se ha enfocado en el mejoramiento de los escenarios deportivos para la acogida de diversos eventos de este tipo; de ahí que, en la actualidad, sea considerada ejemplo de renovación urbana y social.⁹

A lo largo del 2009, Medellín realizó 398 eventos de todo tipo, 359 en Plaza Mayor, de los cuales 65 se formalizaron en el palacio de Exposiciones con 239.289 asistentes y 294 se efectuaron en el centro de Exposiciones con 196.146 participantes (véase Tabla 1), 33 eventos culturales en diferentes escenarios de la ciudad y 6 eventos deportivos (4 nacionales y 2 internacionales).

Tabla 1. Eventos en Plaza Mayor (Medellín, 2009)

Mes	Palacio de Exposiciones	Asistentes reales	Centro de Exposiciones	Asistentes reales
Enero			3	1035
Febrero			14	9535
Marzo	3	13.300	16	12.730
Abril	3	41.375	21	19.840
Mayo	7	9110	15	6420
Junio	3	5680	13	13.803
Julio	5	44.594	21	12.775
Agosto	7	23.040	26	12.680
Septiembre	6	28.700	31	47.712
Octubre	7	23.400	44	16.189
Noviembre	16	13.040	55	35.612

⁹Datos tomados de la página web de Antioquia Turística (<http://www.antioquiaturistica.com>).

Diciembre	8	28.050	35	18.385
Total	65	230.289	294	196.146

Nota. Fuente: Situr.

De los eventos realizados en Plaza Mayor, alrededor de 290 fueron de carácter local, 37 de tipo nacional y 32 de talla internacional, entre los que se destacaron la Feria Minera, Colombiatex de Las Américas 2009, Colombiamoda y la Asamblea del BID (véase Tabla 2).

Tabla 2.
Carácter de los eventos en Plaza Mayor (Medellín, 2009)

Carácter del evento	Total
internacional	32
Local	290
Nacional	37
Total general	148

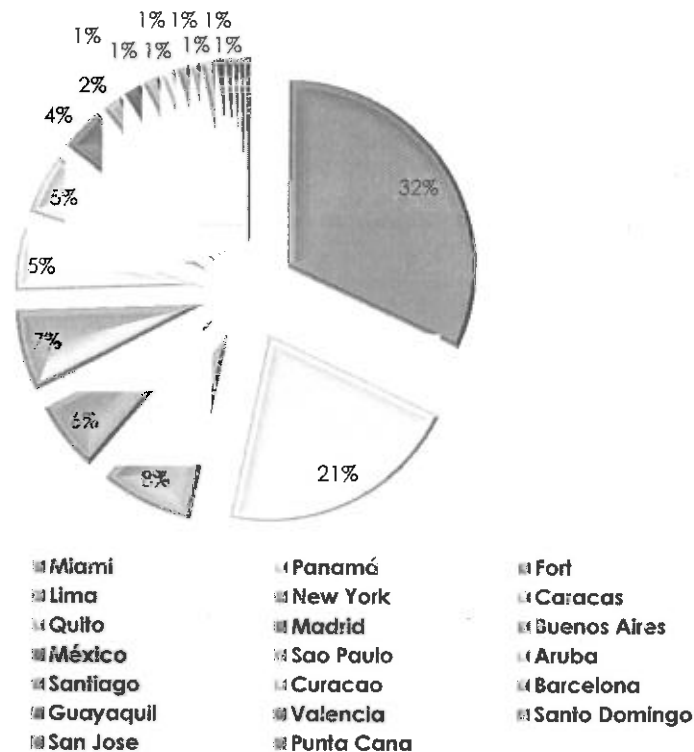
Nota. Fuente: Situr.

Gracias a lo anterior, Medellín se ha convertido en una de las ciudades con mayor índice de recibimiento de visitantes extranjeros en Colombia, estableciéndose como el tercer destino turístico en Colombia (Johana Negrete Jyak, analista de indicadores de turismo de Situr).

Según la Aeronáutica Civil, el número de pasajeros de vuelos internacionales cuyo destino final fue Medellín y Rionegro (Antioquia) – incluyendo vuelos no directos– presentó un aumento del 25.96%, correspondiente al comparativo del acumulado enero-diciembre de 2009 e igual periodo de 2008; los aeropuertos José María Córdova y Enrique Olaya Herrera recibieron un total de 365.060 pasajeros por vuelos internacionales en este periodo; es decir, 75.247 viajeros más que los registrados en igual período de 2008. Respecto al origen de los vuelos,

Miami se destaca con el 32%, seguida de Panamá (21%), Fort Lauderdale (8%), Nueva York (7%), Lima (6%) y Caracas (5%). (Véase Figura 2).

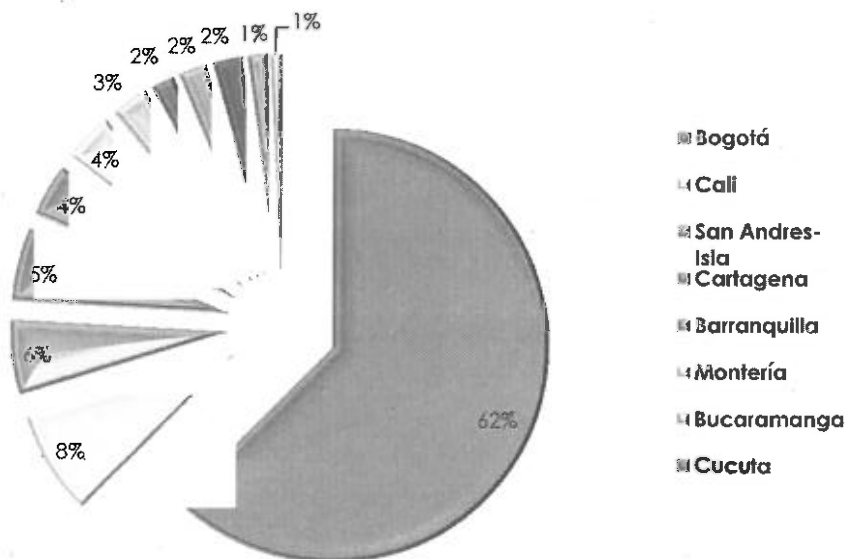
Figura 2. Llegada de pasajeros a Medellín-Antioquia por principales orígenes internacionales



Fuente: Aeronáutica Civil, elaborado por Situr.

Respecto al transporte aéreo doméstico, el período enero-diciembre registró el ingreso de 1.373.038 pasajeros por vuelos nacionales; es decir, 66.914 pasajeros adicionales, comparado con el reporte de 2008, lo que significó un aumento del 5.12%. Los pasajeros nacionales viajan entonces hacia Medellín, principalmente desde Bogotá (68%), seguida por Cali (8%), San Andrés Isla (7%), Cartagena (6%) y Barranquilla (5%). (Véase Figura 3).

Figura 3. Llegada de pasajeros a Medellín-Antioquia por orígenes nacionales



Fuente: Aeronáutica Civil, elaborado por Situr.

Según datos suministrados por Natalia Restrepo (asesora de turismo, Subsecretaría de Turismo de Medellín):

El 29% de los extranjeros se gasta en Medellín entre U\$1001 y U\$2000. El principal motivo de visita a la ciudad es el de negocios, pero durante los últimos años el mercado vacacional ha aumentado considerablemente, viéndose representado por el turismo familiar, el aumento de *backpackers* (mochileros) y el turismo étnico, representado en ciudadanos que residen en otras ciudades, pero que regresan a Medellín como sitio para pasar su temporada vacacional.

Para los Juegos Suramericanos se espera una llegada adicional de 6000 personas (entre acompañantes y delegaciones, sin contar los 3500 deportistas). Lo anterior, debe tener en cuenta algunas políticas internas de otros países como Venezuela, que sólo permiten la salida de U\$700¹⁰ por cada deportista para sus gastos, lo que hace difícil su recreación y esparcimiento durante el certamen, además de una posible disminución de la delegación chilena, según advierte Luis Fernando Toro (gerente del hotel Holiday Inn express y miembro de la Junta Directiva de Cotelco).

5.3.2 Cluster de Turismo de negocios, ferias y convenciones

Desde el año 2008 Medellín cuenta con el *cluster* de Turismo de negocios, ferias y convenciones, definido como la concentración geográfica regional en Medellín y Antioquia de empresas e instituciones especializadas y complementarias en la actividad de hotelería, alimentación, transporte de pasajeros, agencias de viaje, operadores de eventos, traductores, entre otros, las cuales interactúan entre sí creando un clima de negocios en el que todos pueden mejorar su desempeño, competitividad y rentabilidad. Los objetivos de este cluster se concentran en promocionar la Cultura para la cooperación entre empresas, favorecer el acceso a mercados, facilitar el acceso a tecnología y servicios empresariales, difundir y formar en cuanto a capacidades institucionales, entre otros; en este cluster también pueden integrarse organismos privados de apoyo como: canales de distribución, instituciones educativas relacionadas, proveedores de servicios especializados, entidades de promoción de la ciudad y centros de ferias y convenciones.

En el caso de Medellín, sólo 137 empresas –de las 5455 que cuentan con el perfil anterior– se encuentran adscritas al *cluster* Turismo de negocios,

¹⁰ Los viajeros que decidan venir desde Venezuela no podrán llevar más de 300 dólares oficiales si su estadía es de uno a tres días; más de 500 dólares si es de una semana; ni más de 700 dólares si su estadía es mayor a los 8 días.

ferias y convenciones; donde el 95% son microempresas, el 3.8% pequeñas, el 0.5% medianas y sólo el 0.3% pertenece a las grandes empresas.

Lo anterior es muestra de la desintegración sectorial, evidenciada en el hecho de que sólo el 2.5% de empresas con potencial de pertenecer al cluster lo hace; adicional a esto, se percibe la carencia de asociatividad en subsectores como el hotelero (Cotelco), con un 18% de afiliación en el área metropolitana; y el de las agencias de viajes (Anato, Capítulo Antioquia-Chocó), con un 15%¹¹ de afiliación, así como la ausencia actual de (Acodres) en el departamento (espacio ocupado en la actualidad por el Tour Gastronómico). Esto es ratificado por los expertos, pues para varios de ellos "la mayor debilidad del turismo local y regional es la poca integración y articulación de los diferentes prestadores de servicios del sector".

Pese a los esfuerzos realizados por la administración municipal, no todos los componentes de la cadena de valor se han integrado de forma efectiva, en especial a dicho cluster; sin embargo, se siguen aunando esfuerzos en esta materia para hacer de Medellín y su Área Metropolitana, el principal centro de ferias, negocios y convenciones a nivel latinoamericano.

En lo que atañe a los Juegos Suramericanos Carlos Urrego expresa:

Medellín para la atención de los juegos suramericanos se encuentra preparada, dado que la ciudad ya ha atendido eventos de similar tamaño en los últimos años, donde la ciudad posee la infraestructura necesaria para la realización de este evento, en materia de escenarios deportivos, hotelería y transporte. Igualmente, en lo relacionado en los servicios turísticos y complementarios, como también las personas se han venido

¹¹Datos que se calcularon a partir de los afiliados a estos gremios vs el RNT, sin incluir los establecimientos informales.

preparando tanto en la organización como en la puesta en marcha de este evento.

Adicionalmente, Natalia Restrepo, de la Subsecretaría de Turismo de Medellín, expresa lo siguiente:

La ciudad ha venido desarrollando una serie de estrategias para responder de manera exitosa a la realización de los Juegos Suramericanos Medellín 2010, proyectos que van desde acondicionamiento de infraestructura, acompañado de actividades de capacitación para las personas que desarrollan su trabajo en el área de la prestación de servicios turísticos –hoteleros, transportadores, restaurantes y todos aquellos que rodean la actividad turística– a nivel de servicio, expresión oral y corporal, hasta la introducción básica de una segunda lengua, en este caso particular el inglés. Todo esto hace parte de las estrategias que ha adelantado la administración municipal como preparación no sólo para los Juegos, sino para todos los eventos de talla internacional que recibe nuestra ciudad.

Lo anterior contrasta con las palabras de Luis Fernando Toro:

aunque Medellín cuenta con una buena infraestructura hotelera, sus mayores debilidades son el poco manejo por parte del personal del sector de una segunda lengua; la informalidad en el transporte [los buses no manejan los estándares internacionales capacidad de 50 pasajeros, alturas internacionales, no existen tarifas claras en dólares]; la ausencia de una señalización turística [señales internacionales y rutas turísticas definidas]. Los guías no son profesionales, muy pocos hablan un segundo idioma, y la informalidad deteriora la imagen del turista extranjero.

5.4 Turismo de las subsedes

Distintas subregiones se encuentran desarrollando estrategias para atender la presente y futura oferta del turista de negocios y eventos, a través de la creación de corredores turísticos, acordes con la actividad productiva de cada una de ellas. En este sentido, en Antioquia se ha organizado la Ruta Lechera en la subregión del norte, la Ruta del Sol y de la Fruta en el occidente antioqueño, la Vuelta a Oriente que comprende municipios cercanos al Valle de Aburrá, entre otras.

Sumado a esto, la Gobernación de Antioquia está realizando un programa de fortalecimiento con otros municipios como Bello, Itagüí, Sabaneta y Rionegro, con el fin de atender este tipo de turismo.

➤ Bello

Bello es una zona de gran atractivo para los inversionistas, no sólo por sus ventajas comparativas sino también competitivas. Las primeras están cimentadas en su ubicación estratégica, lo que le permite conexiones viales con todo el país; su variedad de climas, que van desde el viento helado del subpáramo hasta el calor del trópico y su riqueza hídrica. Cuenta con excelentes servicios públicos, tres estaciones del Metro y una importante reserva de tierras para desarrollos industriales y comerciales.

En este Municipio se construyó y mejoró el coliseo cubierto y el estadio de fútbol, además del entorno inmediato ubicado en la Unidad Deportiva Tulio Ospina.

En cuanto a los sitios turísticos de Bello, según lo expresado por los mismos expertos, no son de gran atractivo para el turista extranjero; lo que se evidencia en el diseño de los recorridos de las diferentes rutas turísticas realizadas por el Bureau, la Subsecretaria de Turismo y los operadores turísticos asociados, que no incluyen a Bello y Copacabana, pero si lo hacen

con distintos lugares que por su atractivo turístico son de interés para los visitantes, a pesar de no participar como subsedes de los juegos (Santa Fe de Antioquia, San Jerónimo y Sopetrán).¹²

➤ Copacabana

Copacabana cuenta con una excelente vía de doble calzada que la comunica con Bello y Medellín, de igual forma, su acceso se ve facilitado por el Metro de Medellín, el cual cuenta con un sistema de transporte integrado. Se destacan además las intervenciones realizadas para los Juegos Suramericanos: Piscina Olímpica Horacio Martínez y escenario DownHill.

El municipio brinda atractivos turísticos ecológicos y de diversión (Sendero Ecológico, Quebrada Piedras Blancas y Salto El Limonar), y de turismo religioso. En general presenta una situación turística similar a la de Bello; sin embargo, cuenta con una oferta de alojamiento informal importante, en especial en el alquiler de fincas de recreo.

➤ Envigado

Actualmente es un destino cultural de Antioquia por sus museos, arquitectura, centros culturales con una amplia agenda, y en general por su riqueza cultural que trasciende las fronteras. Las intervenciones para los Juegos Suramericanos son: el coliseo cubierto, el estadio de fútbol y la cancha de softbol. El municipio de Envigado viene realizando el

¹²City Tour para conocer Medellín y sus sitios más representativos. 2. El Tour de compras, recorrido por los principales centros comerciales. 3. La Ruta de los embalses, recorrido por Guatapé. 4. La Ruta Verde, visitas a los municipios de San Antonio de Pereira, El Retiro, El Carmen de Viboral y Rionegro. 5. La Ruta del Sol y de la Fruta, recorrido por Santa Fe de Antioquia, San Jerónimo y Sopetrán. 6. Caminata Ecológica, planeada en el corregimiento de Santa Elena.

planteamiento urbano general de la Unidad donde se ubican los escenarios.

Algunos de los atractivos turísticos del municipio son: el Parque Marceliano Vélez, la Casa Museo Fernando González "Otraparte", el Parque Ecoturístico El Salado, El Salto del Ángel, Ceiba de la Intelectualidad Envigadeña, la Reserva natural Charco Azul, Centro del Cristal (sitio donde se reúnen diversos almacenes de lámparas y cristalería), la Casa de la Cultura Miguel Uribe Restrepo, Cuevas del Indio, la Reserva Agroforestal La Morena, y una serie de lugares y centros históricos.

➤ **Guarne**

Es un municipio del oriente antioqueño que cuenta y ha cultivado diferentes sitios ecoturísticos como el Ecoparque Siete Cueros, Fuerte Ecológico y Palacio Nacional del Fique, Parque de Comfenalco y reservas naturales como el Alto de la Cruz, Alto de la Virgen, Alto del Órgano, La Cascada, La Mayoría, Laguna de Guarne (reserva natural ubicada en el Parque Arví); sin embargo, la oferta hotelera es mínima, al igual que la oferta gastronómica.

Para los Juegos Suramericanos se adecuó un escenario para el tiro deportivo, así como su estadio de fútbol.

Este municipio no cuenta con una vocación turística, a pesar de estar afectado positivamente por las intervenciones del Municipio de Medellín en la zona limítrofe con Santa Elena. Sus atractivos ecoturísticos han sido incluidos en la agenda de la organización de los Suramericanos y en las rutas turísticas de Rionegro.

➤ Guatapé

Este municipio cuenta actualmente con grandes potenciales para explotar el turismo religioso, el agroturismo, el ecoturismo, la cultura y la aventura.

Igualmente, se están desarrollando proyectos de mercadeo territorial para la comunidad, con el objetivo de acompañar un proceso de desarrollo sostenible y pertinente con la comunidad de Guatapé, teniendo en cuenta los cambios que ha presentado a lo largo de la historia: de ser esencialmente un municipio ganadero, agrícola y minero en los años setenta, pasó a ser una fortaleza turística, gracias a la construcción de un gigantesco embalse en su territorio.

Entre los elementos culturales más representativos del municipio están los zócalos, muchos de ellos construidos a principios del siglo XX y que aún se conservan en las fachadas de las casas del pueblo; también se pueden encontrar nuevos modelos de estos zócalos que relatan diferentes tramos de la historia indígena y de la colonización antioqueña, fomentados y financiados por la alcaldía municipal. Para los Juegos Suramericanos se intervino la Villa Náutica.

El municipio de Guatapé se encuentra realizando el planteamiento urbano general bajo el concepto de disfrute del espacio público, además, está trabajando en los detalles puntuales que se refieren a los accesos principales de la Villa Náutica, para consolidar el plan maestro de crecimiento que involucra el espacio público a las actividades cotidianas del sector, dejando así un espacio de atractivo turístico que servirá también como desarrollo deportivo.

Es uno de los municipios más beneficiados con los Juegos Suramericanos, pues además de salir del "anonimato", se han reactivado sus hostales rurales 3 estrellas y sus finca-hoteles.

➤ **Itagüí**

El municipio de Itagüí cuenta con una importante actividad de comercio al por mayor, pues en su territorio está localizada la Central Mayorista, así como distintas actividades de diseño y confección. Presenta la mayor cantidad de establecimientos de comercio de los municipios del Área Metropolitana, representados en pequeños negocios y comercialización de confecciones, consolidándose como el destino por excelencia para la compra de vestuario. Ha sido incluido dentro de los recorridos turísticos de los Juegos Suramericanos. Intervenciones destacadas: coliseo cubierto y estadio de fútbol.

El estadio de fútbol lo suministra el Municipio durante el evento deportivo como zona de entrenamiento. En la actualidad se han realizado inversiones para su mejoramiento, además de la adecuación de la pista de atletismo, en cuanto a medidas y acabados para su homologación.

➤ **Sabaneta**

Es el municipio más pequeño de Colombia con sólo 15 km², pero es conocido además como el Municipio Modelo de Colombia o Vallecito de Encanto. Su población recibe mucha afluencia de público los fines de semana, pues cuenta con destacados sitios de entretenimiento para los habitantes del Valle de Aburrá. Intervenciones para los Juegos Suramericanos: estadios de fútbol, Polideportivos Norte y Sur.

El Polideportivo Norte lo provee el Municipio durante los Juegos Suramericanos como zona de entrenamiento; en la actualidad se han realizado inversiones para su mejoramiento. Cuenta con una variada oferta gastronómica y de esparcimiento, su mayor fortaleza turística y comercial. Está incluido dentro de los recorridos turísticos de los Suramericanos.

➤ Rionegro

Este municipio cuenta actualmente con una población de 101.046 habitantes, siendo la sexta aglomeración urbana de Antioquia. La economía local se basa en la industria, pero la agricultura también desempeña un papel importante en la economía local, destacándose la floricultura, la avicultura y la ganadería. Actualmente, el turismo es también una de las principales fuentes de ingresos de la región al estar ubicado a 52 km de Medellín. Intervenciones para los Juegos Suramericanos: coliseo cubierto y estadio de fútbol.

La organización de los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010 está desarrollando un proyecto con las comunidades, con el objetivo de motivar a los grupos de población que se verán afectados con la construcción de los escenarios deportivos. Adicionalmente, desde la Administración Municipal se aúnan importantes esfuerzos en el componente turístico enfocados a los Juegos.

Es uno de los pocos municipios que ha logrado integrar y articular la oferta de los diferentes prestadores de servicios turísticos del municipio: con el Sena (formación de orientadores turísticos y sensibilización de los voluntarios para los Juegos), la agencia Andrómeda, Fenalco y la Promotora Paisajes de Antioquia (con las que realizan constantes reuniones de sensibilización e información).¹³

La alcaldía de Rionegro se vinculó desde un principio con el Sena y se comenzó a estructurar una oferta coherente, diseñando rutas integradas al plan regional de turismo con las agencias de viaje, desde recorridos unificados (zona urbana, lugares del centro histórico, centros de comercio y periferia, oferta gastronómica), costos y porcentajes de utilidad definidos; de otra parte se ha

¹³Véase <http://www.suramericanos2010.rionegro.gov.co>

capacitado una cantidad interesante de personas —en un principio voluntarios para los juegos (alrededor de 143) y actualmente orientadores turísticos (alrededor de 30)— en temas puntuales como atención a usuarios, servicio al cliente, información y material promocional y procesos turísticos (quienes por supuesto permanecen vinculados para prestar este servicio en el municipio). Los principales atractivos de turismo en Rionegro son la alimentación (restaurantes y gastronomía), las zonas y centros comerciales de Rionegro y Llanogrande, San Antonio de Pereira, los sitios históricos, Comfama y Tutucán, el Club Campestre y el parque la Moralia.¹⁴

¹⁴Según lo expresado por Andrés Aristizábal (gerente subsele Rionegro), Dora Giraldo (funcionaria de la promotora Paisajes Antioquia) y Sandra Giraldo (funcionaria del Sena).

6. HOTELERÍA

Es la industria que se ocupa de proporcionar a los huéspedes/clientes alojamiento, comida y otros servicios, mediante compensación económica y en lugares destinados para tal fin, denominados hoteles.

Los hoteles se encuentran generalmente clasificados en categorías, según las comodidades, el posicionamiento y el nivel de servicios que ofrecen. En cada país pueden encontrarse las siguientes categorías:

- Estrellas (de 1 a 5)
- Letras (de E a A)
- Clases (de la cuarta a la primera)
- Diamantes y "World Tourism"

Estas clasificaciones son exclusivas de cada país; la comodidad y el nivel de servicio pueden variar de un país a otro para una misma categoría y se basan en criterios objetivos: amplitud de las habitaciones, cuarto de baño, televisión, piscina, entre otros.

A nivel empresarial, el hotel se puede considerar como una empresa tradicional. A menudo se utiliza el término "industria hotelera" para definir al colectivo, su gestión se basa en el control de costos de producción y en la correcta organización de los recursos (habitaciones) disponibles, así como en una adecuada gestión de las tarifas, muchas veces basadas en

cambios de temporada (alta, media y baja) y en la negociación para el alojamiento de grupos y el alojamiento individual.

6.1 Comportamiento de la industria hotelera en el continente americano

El continente americano presentó una disminución de la industria hotelera en 2009: la ocupación se contrajo el 8.7% para un total de 55.3% en todo el año; la tasa diaria de gasto promedio por huésped (ADR) cayó un 9.1% (U\$99,08); y los ingresos por habitación disponible (RevPAR) disminuyeron un 16.9% (U\$54.81) (informe de resultados del continente americano, Smith Travel Research (STR) y STR Global, enero de 2010).

El destino que presentó el mayor incremento en ocupación fue Nassau, Bahamas, con un 5.9% para un 60.1% en 2009; Rio de Janeiro, Brasil, ocupó el segundo lugar de crecimiento con un 4.4% para un 67.7% de ocupación acumulada registrada en el año 2009.

Buenos Aires, Argentina; Ciudad de México, México; y Santiago de Chile, Chile; fueron las ciudades latinoamericanas que tuvieron un descenso mayor al 15% en ocupación hotelera. El primer destino llegó a -18.1%, (55.6% en todo el año), el segundo alcanzó -17.4% (50.6% en el año) y el tercero un -17.3% (ocupación anual de 61.1%).

6.2 Hotelería en Colombia

En Colombia los hoteles están legislados y categorizados por la Ley 300 de 1996, en la cual “los establecimientos hoteleros y similares podrán ser clasificados por categorías por parte de la asociación gremial correspondiente”, dicha categorización, a su vez, está reglamentada por la Resolución 0657 de abril 8 de 2005,¹⁵ actualizada en 2009.¹⁶ Se encuentran

¹⁵“Reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia”.

representados por la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco), la cual se constituyó en Unidad Sectorial de Normalización para el sector hotelero y que dentro de este ámbito determinó la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje mediante la norma técnica sectorial NTSH 006 denominada "Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos: mecanismo mediante el cual se verifican las características de calidad en los servicios ofrecidos y de planta, que deben cumplir los hoteles, en la escala de 1 a 5 estrellas".

Sin embargo, según lo expresa Martha Cecilia Jaramillo, directora hasta el mes de enero de 2009 de Cotelco, Capítulo Antioquia-Chocó:

En Medellín sólo hay siete hoteles y hospedajes categorizados, a pesar de que una tercera parte de todos los hoteles de la ciudad cuentan con condiciones óptimas de calidad para la prestación de servicios de alojamiento y hospedaje, comparables con cualquier país del mundo; situación que ocurre de manera similar en la mayoría de centros urbanos de Colombia.

Todo ello se manifiesta en las cifras de Cotelco, las cuales registran sólo 47 hoteles y hospedajes categorizados en todo el país.

- **Ocupación hotelera**

De acuerdo con el DANE (2009), hasta noviembre de 2009 el porcentaje de ocupación hotelera en Colombia fue de 51.5%, inferior en 2.5 puntos porcentuales al mismo mes de 2008. Los hoteles con capacidad de más de

¹⁶ Llevada a cabo por el Comité técnico de clasificación y categorización de establecimientos de alojamiento y hospedaje, presidido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en coordinación con la Asociación Hotelera de Colombia, sus diferentes Capítulos regionales, los prestadores de servicios turísticos, la academia, las organizaciones relacionadas con el sector, comités técnicos de la capital y de las principales ciudades del país.

150 habitaciones presentaron el mayor nivel de ocupación con un 57.9%, seguidos de los hoteles en el rango de 51 a 100 habitaciones con un 47.4% y de los hoteles en el rango de 101 a 150 habitaciones con un 46.0%. En lo corrido del año 2009 hasta noviembre, el porcentaje promedio de ocupación hotelera (49.8%) disminuyó 4.5 puntos porcentuales con respecto al mismo período en el 2008.

■ Ingresos del sector hotelero

Los ingresos reales de los hoteles en Colombia (hasta noviembre de 2009) disminuyeron un 5.2% con respecto al mismo mes en 2008. En los últimos doce meses, hasta noviembre, los ingresos reales de este gremio cayeron un 4.2%.

● Motivo de viaje de las personas que se hospedaron en hoteles en Colombia

En lo corrido de 2009 (hasta noviembre), el principal motivo de viaje de los residentes fue el de negocios, el cual representó el 43.9% del total, inferior en 0.9 puntos porcentuales al registrado en igual período de 2008. El ocio se ubicó en el segundo lugar con el 43.3%, seguido por las convenciones (9.4%), la salud (1.3%) y los amerocos¹⁷ (0.3%). El rubro “otros motivos” participó con un 1.8%.

Para los no residentes en Colombia, el principal motivo de viaje fue negocios que representó el 58.2% del total. Le siguen en su orden, el ocio (30.9%), las convenciones (8.4%), la salud (0.9%) y los amerocos (0.6%). El rubro “otros motivos” representó el 1.0%.

¹⁷Viajeros que deben pernoctar por motivos ajenos a su voluntad, generalmente problemas de transporte: cambio de hora de vuelo, cancelación del vuelo, etc.

En resumen, en Colombia el turismo de negocios, eventos, congresos y convenciones representa el 60.6% de los motivos de viaje de los visitantes del extranjero y el 54.4% de los locales.

- **Empleo alojamiento y hospedaje en Colombia**

El personal ocupado en los hoteles disminuyó 0.4% en noviembre de 2009, en comparación con el mismo período de 2008. En lo corrido del año 2009, hasta noviembre, el personal ocupado en los hoteles de Colombia disminuyó en 1.2%.

5.3 Hotelería en Medellín

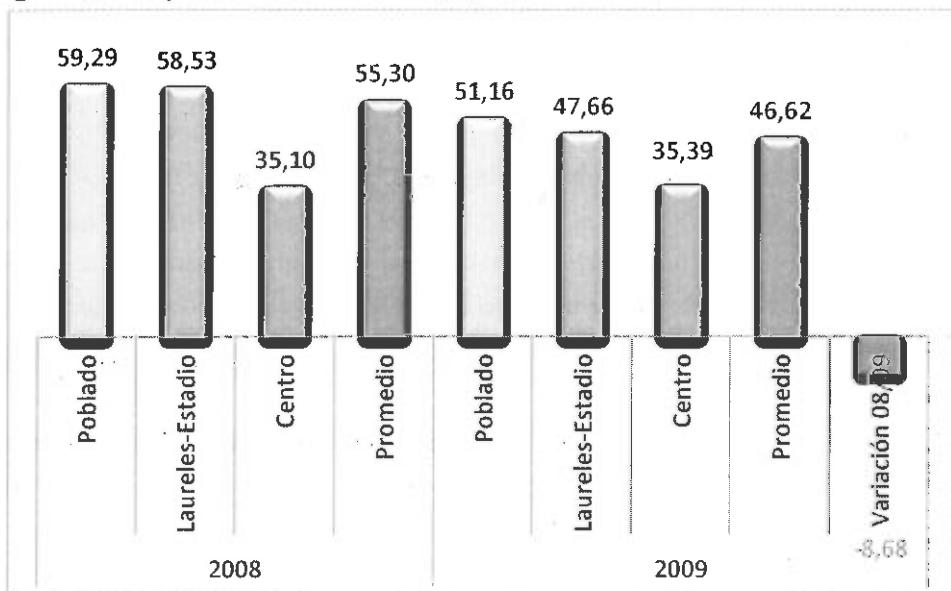
Medellín es una de las ciudades de mayor crecimiento en capacidad hotelera de Colombia, representado en las 789 nuevas habitaciones para 2010 en las que están comprometidos los constructores de diez proyectos hoteleros; dinámica generada por el crecimiento del turismo de negocios, eventos, congresos y convenciones en la ciudad durante los últimos seis años.

Aunque durante 2009 la ciudad tuvo 37 eventos de talla internacional que ayudaron a impulsar la economía, el sector hotelero asegura que hubo un decrecimiento general¹⁸ del turismo de la ciudad del 4%, respecto de 2008. El aumento en la oferta hotelera (412 habitaciones según Astrid Agudelo, directora de proyectos e investigaciones de Cotelco), la crisis económica mundial y la volatilidad del dólar fueron las principales causas.

En particular, la ocupación hotelera de la ciudad registró un descenso del 8.68% en el acumulado enero-diciembre de 2009 frente al mismo periodo del año 2008 (véase Figura 4).

¹⁸Incluyendo todos los servicios relacionados.

Figura 4. Ocupación hotelera Medellín 2008-2009



Fuente: Hoteles Cotelco y no Cotelco que reportan a Situr.

Según los expertos de las entidades entrevistadas, “la hotelería de la ciudad se constituye como una fortaleza, puesto que cumple con condiciones de calidad, reflejadas en sus habitaciones, atención al cliente, instalaciones, entre otros, acordes con los estándares internacionales de hotelería”.

En resumen, durante 2009 Medellín y el Área Metropolitana registraron una ocupación hotelera del 46.62%; es decir, más de la mitad de las casi 8200 habitaciones que tiene la ciudad estuvieron desocupadas.¹⁹ Esta cifra estuvo por debajo de la obtenida en 2008, cuando la ocupación alcanzó el 55.3%. Las expectativas eran mayores, teniendo en cuenta que en 2009 Medellín fue escenario de importantes eventos como la Feria Minera, la Asamblea del BID y la Feria de las Flores, con incrementos significativos en el ingreso de pasajeros, especialmente por vía aérea (extranjeros 25.96% y

¹⁹Cifra dada por Luis Fernando Toro, gerente del hotel Holiday Inn express y miembro de la Junta Directiva de Cotelco.

nacionales 5.12%). Aquí yace entonces un interrogante: ¿dónde se hospedaron estos visitantes adicionales?, pues aunque se presentó un incremento de habitaciones casi del 5%, los visitantes se incrementaron más del 30%.

Otros datos de la Subsecretaría indican que las ventas generadas por el sector de hoteles en 2009 representan en nuestra ciudad alrededor de \$33.174.991.000.

Otros aspectos que repercutieron en un comportamiento a la baja del sector, según Luis Fernando Toro de Cotelco, "fueron el incremento en la oferta hotelera y la hotelería informal, imposible de medir e inventariar. Durante el año pasado entraron alrededor de 500 habitaciones nuevas al mercado hotelero de Medellín y la competencia de precios para el servicio también se incrementó".

Con referencia a lo anterior, la directora saliente de Cotelco Capítulo Antioquia-Chocó afirma que "durante los últimos años el gremio hotelero en Medellín se ha enfrascado en una guerra de tarifas que lo único que hace es deteriorar el mercado y permitir el incremento de la oferta informal, denominada *Parahotelería*"²⁰.

El sector espera que durante 2010 se pueda restaurar el camino hotelero con eventos importantes como los Juegos Suramericanos, entre otros que tendrá la ciudad; al respecto, Luis Fernando Toro expresa que, según un sondeo de la primera semana de marzo, "para los Suramericanos se espera lleno total en los hoteles de Laureles, la 70 y el Estadio, al igual que en el centro; en los hoteles del oriente antioqueño se espera un lleno total y El Poblado llegará aproximadamente a un 75%" (en esta zona la ocupación se incrementará un 25%, comparada con la ocupación regular).

²⁰Según Cotelco el número de apartamentos amoblados para turistas (oferta informal) sigue en incremento en la ciudad.

En síntesis, el sector hotelero de Medellín no se preocupa por hacer promoción puntual para el evento, pues además de que es una actividad que se delegó al Bureau de convenciones y la subsecretaría, el flujo de visitantes para este evento más el turismo regular (que registra un nivel de ocupación anual promedio del 55%) ocupan casi por completo la capacidad instalada en habitaciones y camas.

Medellín cuenta con 268 hoteles y hospedajes con registro activo ante el Registro Nacional de Turismo (RNT)²¹; sin embargo, existe una oferta comercial de alrededor de 1000 establecimientos de este tipo, que ha sido identificada para este estudio por medio de un conteo —a través de las Páginas amarillas y la oferta por internet— de los establecimientos que brindan servicios de alojamiento y hospedaje en el Área Metropolitana. Al respecto, Luis Fernando Toro de Cotelco indica que “existe una oferta informal de alrededor de 1500 habitaciones en apartamentos amoblados”.

Las tarifas para habitación sencilla o estándar en marzo del presente año, oscilaban en un rango de \$24.000 a \$300.000, determinadas por la zona y la categoría del hotel. Las tarifas en los hoteles del sector Poblado y Las Palmas en este tipo de habitación van desde \$80.000 hasta \$300.000, con un promedio de \$186.000; en los hoteles de Laureles y el Estadio los valores de habitación sencilla o estándar varían entre \$65.000 y \$165.000, promediando \$89.000 por habitación, y los hoteles de la zona Centro ofrecen precios que van desde \$24.000 a \$122.000, con un precio promedio por habitación de \$73.000 (véase Tabla 3). El promedio por habitación sencilla o estándar en todo Medellín es de \$133.400, valor que es inferior al promedio en ciudades como Bogotá o Cartagena.

Cabe destacar aquí que la marcada diferencia entre las tarifas depende de la categoría del hotel y de los servicios que presta; y que con relación a los Juegos Suramericanos, “este subsector en Medellín no ha dispuesto

²¹Promedio dado para la fecha de este estudio: marzo de 2009.

promociones relacionadas para este evento de manera independiente, de hecho el sector informal es más activo al respecto” (Astrid Agudelo, directora de proyectos e investigaciones de Cotelco). Para Luis Fernando Tero, “la promoción dispuesta para los Juegos es un asunto particular de cada hotel, realmente todo el asunto promocional se canalizó a través de las diferentes instituciones estatales”. Lo anterior se evidencia en el hecho de que sólo tres hoteles comunicaron su oferta relacionándola con el evento (Hotel San Pedro del Fuerte, Hotel Mediterráneo y Hotel Villas del Estadio, todos ellos ubicados en la zona Laureles-Estadio).

Tabla 3. Tarifas de algunos hoteles de Medellín por zonas

HOTEL	TARIFA \$*	HOTEL	TARIFA \$*
EL POBLADO y LAS PALMAS		LAURELES Y ESTADIO	
InterContinental Medellín Hotel	300.000	Hotel Mediterráneo	165.000
Dann Carlton Medellín Hotel	290.000	Hotel Lukas	125.000
Park 10 Hotel	276.000	Hotel Lincoln	125.000
Dann Carlton Belfort Medellín Hotel	266.000	Hotel Laureles 70	138.000
Hotel Medellín Royal	254.000	Aparta-hotel Estadio Real	118.000
Hotel Portón Medellín	250.000	Hotel Casa Laureles	118.000
Hotel poblado Alejandría	237.000	Hotel Palma 70	113.000
Hotel Four Points Sheraton	226.000	Hotel Portón de San Joaquín	110.000

Hotel Holiday Inn Express Medellín	210.000	Portal del Rodeo	96.000
Hotel Casa Victoria	190.000	Hotel Casa Malibú	93.000
Affinity aparta hotel	180.000	Hotel Casa Blanca Laureles	85.000
Art Hotel	180.000	Hotel Balcones del Estadio	84.000
Hotel Cabo de la Vela	170.000	Hotel Portón de la 70	80.000
Hotel San Esteban Plaza	170.000	Hotel San Pedro del fuerte	80.000
Hotel Best Western Cyan Suites	168.000	Hotel Florida	64.000
Aparta-suite Torre Poblado	160.000	Hotel Plaza 70	60.000
Hotel Prince Plaza	160.000	Hotel Estadio Plaza	55.000
Plaza Rosa Hotel	160.000	Hotel Villa Real	55.000
Torre 42 Apartasuite	160.000	hotel Obelisco	50.000
Hotel Portales del Campestre	152.500	Hotel Villa Colombia	50.000
Hotel Poblado Plaza	150.000	Casa Dorada	48.000
Hotel Cortijo del Poblado	146.000	Hotel Villas del Estadio	45.000
Hotel Poblado Campestre	141.500		
Alcázar de Oviedo		Gran Hotel	

	140.000		122.000
Hotel Portón de la 10		Hotel Nutibara	
	123.500		115.000
Hotel santa Ana de las vegas	82.000	Hotel Botero plaza	
			112.000
Alcázar de Patio Bonito	80.000	Hotel Internacional	65.000
		Hotel Ambassador	50.000
		Hotel Conquistadores	29.000
		Hotel Portal del Puente	24.000

Nota. Fuente: elaboración de los autores con información de los hoteles descritos.

*Alojamiento por noche en habitación sencilla o estándar (incluye desayuno, IVA del alojamiento y seguro hotelero).

5.4 Alojamiento y hospedaje de las subsedes de los Juegos Suramericanos

Las subsedes suman en total 41 hoteles y hospedajes con registro activo en el RNT, 16 en Rionegro, 16 en Itagüí, 6 en Guatapé, 2 en Guarne, 2 en Sabaneta y 1 en Envigado. Cabe destacar que municipios como Bello y Copacabana, que hacen parte de las subsedes de los Juegos Suramericanos, hasta el 1 de marzo de 2010 no tenían registros activos de algún establecimiento de alojamiento u hospedaje en el RNT. Las diferentes subsedes cuentan en la actualidad con una oferta comercial que alcanza los 55 hoteles y/o lugares de alojamiento, donde la mejor infraestructura se ubica en Rionegro con 17 hoteles y/o hospedajes, seguido de Itagüí con 16 hoteles,²² Guatapé con 18 hospedajes (sin contar la cantidad y variedad de cabañas alrededor de la represa) y Guarne con 6 lugares (entre parques, fincas ecoturísticas y hoteles).

²²Esos dos municipios poseen mayor cantidad de camas.

7. OPERADORES TURÍSTICOS

Se aplica este nombre a las grandes agencias de viajes que se centran en la confección de paquetes turísticos, elaborados para un elevado número de clientes y dispuestos con anticipación a la demanda real. Dichas agencias forman grupos empresariales mediante la integración horizontal o vertical (con otros operadores y con servicios relacionados) e incluyen agencias de viajes emisivas (paquetes turísticos hacia afuera), receptoras (paquetes turísticos con destinos nacionales) y operadores de congresos y convenciones.

7.1 Operadores turísticos en Medellín

Los operadores turísticos se encuentran regulados por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo a través del Registro Nacional de Turismo, y afiliados por la Anato, la cual recoge información general sobre todas las operaciones relacionadas con el turismo desarrollado en el país.

Medellín cuenta en la actualidad con 355 agencias de viajes, 98 agencias operadoras y 64 operadores de eventos y congresos registradas en el RNT.

Afiliadas a la Anato, Capítulo Antioquia-Chocó, existen actualmente 52 agencias de viajes²³ (5 de ellas mayoristas y 47 minoristas) y 14 operadores de turismo receptor.²⁴

²³ Asociados Anato 2009.

²⁴ Dato suministrados por Situr.

Para los Juegos Suramericanos, las agencias de viajes y operadores turísticos de Medellín y Antioquia organizaron la dinámica de oferta de los diferentes productos turísticos de la ciudad, en articulación con el Bureau de convenciones de Medellín, es decir, la mayor parte de la demanda se canalizó por medio de 5 ó 6 operadores de turismo (Turicol, Panamericana de viajes, Gematours, Viajes flamings, Comunicaciones efectivas y Travel Solution).

Con relación a los Juegos Suramericanos el Bureau lideró un proceso compuesto por cuatro tareas. La primera fue la sensibilización, por medio de reuniones realizadas en los meses de octubre y noviembre de 2009, a diferentes grupos de la ciudad que tendrán relación con los deportistas o turistas, como hoteleros, personal de centros comerciales, aeropuertos, puestos de información turística y restaurantes, policías y guardas de tránsito.

La segunda tarea fue la construcción de alianzas especiales con los propietarios y administradores de los diferentes establecimientos de comercio involucrados, para lograr una oferta con beneficios. Estos establecimientos serán incluidos en una guía de la ciudad donde también se recomendarán los sitios turísticos de Antioquia. Al respecto, Adriana González, directora de Medellín Convention & Visitors Bureau, en declaraciones hechas al periódico El Colombiano, afirma lo siguiente:

La estrategia de mercadeo es vestir los establecimientos de juegos: "la idea es que los centros comerciales, restaurantes, hoteles y todos los que participen de esta alianza tengan la imagen de los Juegos Suramericanos, ya sea en un pendón, en una pantalla, un distintivo en las cartas o botones que lleven los empleados.

La tercera tarea consistió en la estructuración de los paquetes turísticos²⁵ y la última fue la ubicación de treinta puestos de información en los escenarios deportivos, hoteles, restaurantes, centros comerciales y en los principales sitios turísticos, atendidos por guías bilingües (en inglés y portugués) que brindarán información sobre los Juegos, la ciudad y los tours. Johana Negrete de Situr afirma al respecto que el Medellín Convention Bureau & visitors y la Subsecretaria de Turismo (en agenda paralela) son las entidades que desde un principio se han encargado de todas las actividades relacionadas con la promoción de los Juegos Suramericanos, estructurando y articulando toda la oferta y las reservas del turismo para este evento (paquetes turísticos).

Por último, cabe resaltar un caso particular: la deficiencia planteada por algunos expertos acerca de los guías turísticos de la ciudad, pues “éstos no son profesionales, muy pocos hablan un segundo idioma y la informalidad deteriora la imagen del turista extranjero, pues su promoción se hace normalmente a través de los mismos recepcionistas de los hoteles, quienes ofertan el servicio a cambio de una bonificación”.

Desde este mismo enfoque, según Marta Jaramillo, “la Universidad de Antioquia el año pasado presentó un informe sobre las deficiencias de la formación de los guías turísticos, entre otros resultados”.

²⁵Según el estudio estos paquetes ya existen, en su mayoría, en la oferta turística de Medellín.

8. CIRCUITOS COMERCIALES Y GASTRONÓMICOS DE MEDELLÍN

8.1 Zonas y circuitos comerciales y gastronómicos

La actividad comercial y gastronómica de Medellín se ha concentrado en varios lugares dentro y fuera de ésta. De este modo, se pueden referenciar seis zonas, donde se ofrecen a propios y extraños diversas opciones gastronómicas, comerciales y culturales, de acuerdo con sus gustos y recursos; éstas son: la Zona Rosa de El Poblado, que cuenta con dos circuitos turísticos comerciales y gastronómicos: la Calle de la Buena Mesa y la Vía Primavera; el circuito turístico Las Palmas; la Zona Centro Occidental, que cuenta con el boulevard comercial conocido como Barrio Laureles, La 70 y La Unidad Deportiva Atanasio Girardot; el Centro Histórico; la Zona Fucsia y la Ruta Bizarra, los cuales se describen a continuación:

➤ **Zona Rosa de El Poblado:** ubicada entre la calle 10 y el Parque Lleras, y liderada por la Corporación Zona Rosa del Poblado. Centra sus servicios en restaurantes con cocina tradicional e internacional, discotecas y bares, lugares donde se puede bailar, escuchar diferentes ritmos y propuestas musicales en vivo o compartir entre amigos; presenta una intensa actividad durante el día y la noche. Es importante resaltar que la facilidad de acceso desde cualquier lugar de Medellín o municipio cercano, ha convertido este sector en un punto de referencia vital de la ciudad.

- *La Calle de la Buena Mesa, sector de El Poblado:* se ubica entre la carrera 43B y las calles 11 y 17. Fue el primer corredor turístico de la ciudad y del departamento; se caracteriza por su riqueza

ecológica, cultural y gastronómica. Distintos establecimientos, algunos de ellos ubicados en antiguas casonas de El Poblado, incluyen en su menú tanto la cocina local como la internacional. La buena ubicación, la exclusividad, la excelente atención y calidad hacen de esta calle un espacio para conocer y disfrutar de la gastronomía en general. El servicio de los bares es otra característica común en la mayoría de los restaurantes de "la Calle de la buena mesa", razón por la cual se ha convertido en un reconocido sitio de encuentro en Medellín. En cuanto a sus particularidades ecológicas, culturales y gastronómicas se destaca al respecto:

- Ecológica: se ubica el Vivero Municipal, una de las reservas forestales de Medellín.
 - Cultural: se encuentra la Casa de la Cultura, el café Manila y Pizza Arte, establecimientos que programan actividades culturales. Adicional a esto, la Alcaldía Municipal está proyectando dotar a este sitio con un teatro al aire libre.
 - Gastronómica: cuenta con más de quince restaurantes que ofrecen distintos menús.
- *La Vía Primavera*: está ubicada entre la carrera 37 y las calles 8 y 10B junto a algunas calles aledañas, es un espacio comercial donde confluyen diseñadores de vestuario, accesorios, calzado, mobiliario, decoración y arte, además de almacenes de moda y gastronomía. Cuenta con aproximadamente 24 establecimientos comerciales, sin embargo, por la falta de parqueaderos y el espacio reducido de sus calles, su dinámica económica se ve limitada.

➤ **Circuito turístico Las Palmas:** este circuito corresponde a los primeros kilómetros de la vía Las Palmas, que comienza muy cerca de la estación del metro Exposiciones, y sirve de enlace para llegar a Llano Grande en Rionegro o al aeropuerto José María Córdova. Debido a las características de la vía, que asciende por una de las laderas que circundan la ciudad, en la mayoría de los establecimientos se logra divisar la ciudad, lo que les aporta un atractivo adicional; además, cuenta con miradores para disfrutar de la vista de la ciudad, ya sea en el día o en la noche. En esta moderna vía los visitantes pueden encontrar una amplia oferta de restaurantes, discotecas, bares, cafés o estaderos.

➤ **Zona Centro Occidental:** ubicada en los barrios Laureles y Estadio; esta zona comprende varias de las principales calles y avenidas como la avenida Nutibara, la carrera 70, la 76, la avenida 33, avenida Jardín y la avenida 80, donde se puede disfrutar de una variada oferta gastronómica (comida informal, cocina local, tradicional); además, cuenta con varios centros comerciales, una zona hotelera y el complejo deportivo Atanasio Girardot, principal sede de los IX Juegos Suramericanos.

➤ **Centro Histórico:** está ubicado en el corazón de la ciudad. Cuenta con diversos atractivos comerciales, gastronómicos, además de concentrar la actividad institucional y cultural de la ciudad. En lo comercial se destaca uno de los principales puntos de comercio de Medellín, denominado "El Hueco", sitio en el cual se pueden encontrar gran cantidad de almacenes y centros comerciales, que ofrecen todo tipo de mercancías a precios asequibles. Además, posee una amplia oferta de restaurantes y zonas de comida de buena calidad y precios moderados.

➤ **Zona Fucsia:** tiene como epicentro el Parque del Periodista, ubicado en pleno centro de Medellín, donde confluyen distintas subculturas o

“tribus urbanas”. Posee gran actividad en ocio y diversión, de día y de noche; además, cuenta con restaurantes de reconocida calidad y bajos precios. Se conecta con otras zonas de la ciudad de reconocida vida nocturna, como las Torres de Bomboná y el Centro Histórico.

➤ **Ruta Bizarra:** conocida también como la “Ruta alternativa”; en tanto ofrece la posibilidad de conocer lugares no convencionales. Dichos espacios se encuentran dispersos por toda la ciudad, lo que ha generado la proliferación de sitios alternativos para la fiesta y el encuentro en la ciudad. Los hay destinados al tango, los boleros y las milongas, entre ellos: el Salón Málaga y el Club de Tango Homero Manzi, en el centro de Medellín, o la Casa Gardeliana en la carrera 45 en el Barrio Manrique. Igualmente, ritmos tropicales, como la salsa en la calle San Juan, el vallenato, el reggae y el reggaetón, y otros, como el rock, el metal, el punk, el rap, el hip hop y la electrónica. Uno de los sitios que también destaca por su afluencia de público, tanto en la noche como en el día, es la unidad residencial Carlos E. Restrepo, ubicado en inmediaciones a la Universidad Nacional y al Museo de Arte Moderno (MAM); e igualmente cercano a la unidad deportiva Atanasio Girardot.

8.2 Gastronomía

La ciudad de Medellín cuenta con una gran oferta gastronómica para el disfrute de sus habitantes y turistas. En la actualidad, cuenta con más de 2700 restaurantes, de los cuales tan sólo 131 cumplen con los estándares requeridos para la atención adecuada de los visitantes nacionales e internacionales en el turismo de negocios y eventos que ofrece la ciudad.

En este sentido, la ciudad ofrece a las personas que disfrutan de la buena comida una amplia gama de posibilidades, en la que los restaurantes de cocina internacional son los principales oferentes del mercado con una participación del 16%, seguidos de aquellos caracterizados por la comida

típica, italiana y los asados con el 12.2%, 10.7% y 11.5%, respectivamente; además, existe una oferta gastronómica en comida Mexicana, japonesa, vegetariana, dietética, francesa, entre otras (véase Figura 5). Cabe señalar que la ubicación de estos restaurantes se encuentra en los diversos circuitos comerciales y gastronómicos, los cuales se precisarán más adelante.

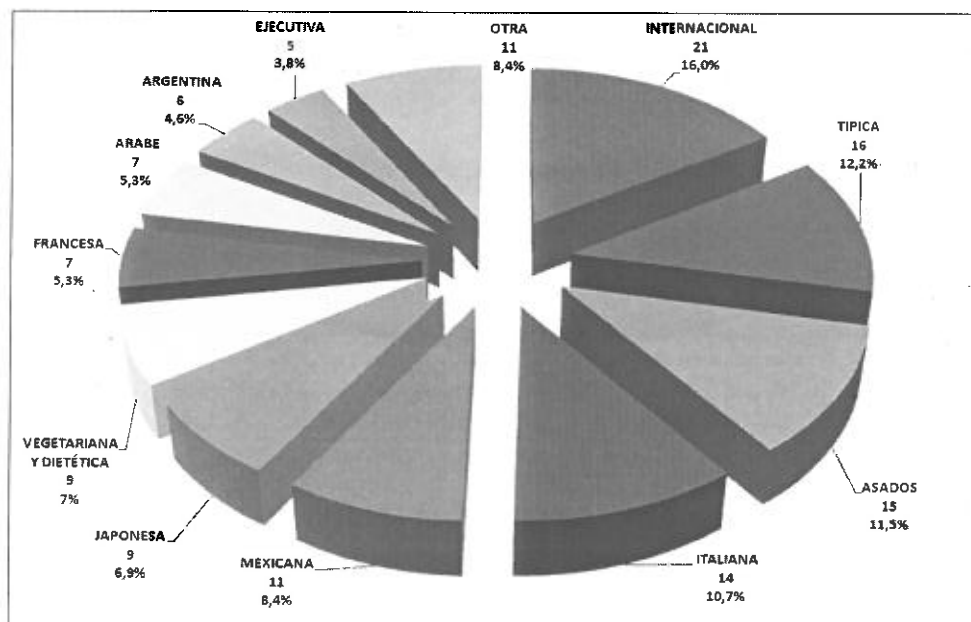


Figura 5. Oferta gastronómica por tipo de cocina en Medellín

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.anticquiaturistica.com, www.tourgastronomico.net y www.medellin2010.org

Es importante señalar que de los 131 restaurantes con calidad, el 46% (60 restaurantes) de ellos se encuentran afiliados al Tour gastronómico, el cual agrupa a los restaurantes especializados en la atención del turismo de eventos y negocios de la ciudad, es decir, hacen parte activa del cluster de

este sector; éstos, además, se encuentran agrupados por zonas (véase Figura 6).

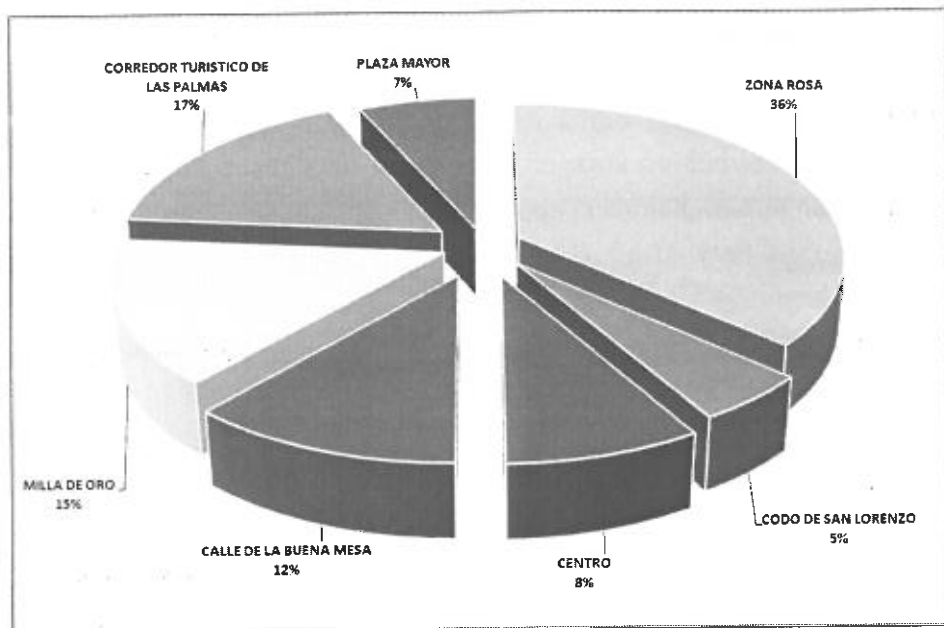


Figura 6. Oferta gastronómica de calidad en Medellín

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellintravel.com, www.antioquiaturistica.com, www.medellin2010.org y www.tourgastronomico.net

Como puede observarse en la Figura 6, la mayor oferta gastronómica se encuentra en El Poblado, lugar donde se ubica la Calle de la Buena Mesa, la Zona Rosa y la Milla de Oro, que en conjunto concentran el 68% (41 restaurantes) del total de empresas agrupadas; seguido por el corredor turístico de Las Palmas (10 restaurantes) con el 17% y por último se encuentra la Zona Centro que agrupa los restaurantes ubicados en el centro de la ciudad y en el Centro de Ferias y Exposiciones Plaza Mayor.

Los precios del menú oscilan entre \$10.000 a \$40.000 pesos por plato, el cual depende de varios factores como el tipo y la ubicación del restaurante, el plato escogido por el comensal, la bebida para acompañar el alimento, la comida adicional, entre otros factores.

Además, la ciudad ofrece una serie de establecimientos con buena calidad y atención como cafés, salones de té, pastelerías y heladerías, donde se puede disfrutar de entremeses antes o después de cada cena (véase Figura 7).

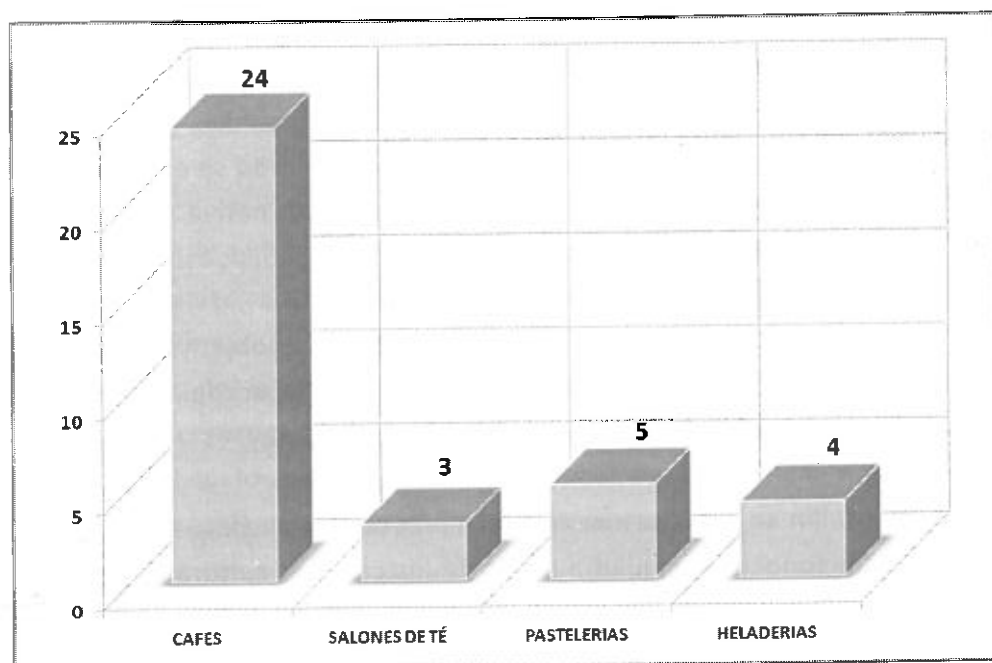


Figura 7. Lugares para el entremés –cafés, salones de té, pastelerías y heladerías– en Medellín

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellintravel.com, www.antioquiaturistica.com, www.medellin2010.org y www.tourgastronomico.net

Cabe señalar que aunque los cafés aparecen en mayor porcentaje, el número de sitios como las pastelerías y aquellos especializados en postres, al igual que las heladerías, tienen un número mayor, ya que las cifras dadas pertenecen a cadenas especializadas en este subsector; en cuanto a los salones de té, existe en el centro de la ciudad y El Poblado el denominado "Té Astor", el cual es famoso a nivel local, nacional e internacional por la fabricación y distribución de chocolatería fina y especializada.

3.3 Circuitos turísticos de Medellín

Desde el año 2004 funciona en Medellín el Turibus, el cual hace parte de una iniciativa privada para promocionar el turismo guiado en la ciudad. Tiene establecido un recorrido de 35 km con 23 paradas en sitios de interés y 8 puntos de acopio, con una duración de dos horas y media.

Así mismo, en la administración del alcalde Sergio Fajardo se establecieron dos rutas (circuitos turísticos), para que la población nativa y extranjera tuviera la oportunidad de disfrutar y conocer más la ciudad; éstas son:

- **La Ruta Amarilla, Medellín la más educada:** su objetivo primordial estuvo centrado en facilitar a la población la apropiación de las transformaciones sociales y urbanas de la ciudad.

- **Medellín se transforma:** con este proyecto la alcaldía se centró en dar a conocer la ciudad a partir de los cambios culturales, físicos y de seguridad y convivencia que en Medellín estaban ocurriendo. Cabe señalar que este programa estuvo dirigido principalmente a los grupos de empresariales y visitantes de la ciudad.

Por último, es importante anotar que los organizadores de los Juegos prepararon seis recorridos turísticos, los cuales tienen salidas diarias desde la Unidad Deportiva Atanasio Girardot, y cuyo costo oscila entre los U\$35 y U\$125 por persona. Estos recorridos ofrecen al turista la oportunidad de

realizar varias actividades relacionadas con la cultura, el comercio y el ecoturismo, permitiéndole conocer los principales atractivos turísticos de la ciudad, uno de sus corregimientos y tres subregiones del departamento (dos de ellas sedes de los Juegos). A continuación se describen las diferentes rutas propuestas por los organizadores del evento:

- *City tours*: permiten conocer la Medellín urbana y los sitios más representativos de la ciudad, como el Pueblito Paisa, el Edificio Inteligente, el Jardín Botánico, la Plaza Botero y el Museo de Antioquia (en estos dos últimos se encuentran las obras del reconocido maestro Fernando Botero). Igualmente, realizan un recorrido en la línea K del Metrocable; tiene un costo por persona de U\$35 (incluye transporte, tiquetes de Metro, Metrocable y guía turístico, tiene una duración de cuatro horas).

- *Tours de compras*: ofrecen al turista la posibilidad de visitar algunos de los principales centros comerciales de la ciudad, disfrutar de la caminata por la Vía Primavera en el sector de El Poblado o los *outlets* en Itagüí. Dependiendo del interés del visitante propone establecer paradas de una hora en dos centros comerciales previamente establecidos o visitar puntos de fábrica. El costo establecido por persona es de U\$25 (incluye transporte y guía turístico, tiene una duración de cuatro horas).

- *Ruta del sol y de la fruta*: recorrido a la subregión de Occidente, donde se encuentra Santa Fe de Antioquia, primera capital del departamento que mantiene su arquitectura colonial. También permite visitar el Puente de Occidente y los municipios de San Jerónimo y Sopetrán, caracterizados por tener una destacada infraestructura turística y gran variedad de actividades. El costo es de U\$90 por persona (incluye transporte, alimentación y guía turístico, tiene una duración de nueve horas). Cabe señalar que ninguno de los municipios que hacen parte de este recorrido son subsedes de los Juegos.

- *Ruta verde*: conocida también como la *Vuelta a Oriente*, donde el turista puede disfrutar de una región que ofrece maravillosos paisajes y un espectacular ambiente natural, cultural y artesanal. Permite visitar los municipios de San Antonio de Pereira, El Retiro, La Ceja, el Carmen de Viboral y Rionegro. El Costo es de U\$125 por persona (incluye transporte, seguro de viaje, visita a Tutucán –parque temático sobre la cultura paisa–, alimentación y guía turístico, tiene una duración de ocho horas).
- *Caminata ecológica*: se realiza en el corregimiento de Santa Elena, el cual es reconocido por su producción de flores y por albergar a las personas que hacen parte de la Feria de las Flores que se realiza en el mes de agosto en Medellín. Este recorrido le permite al visitante conocer las montañas alrededor del Valle de Aburrá y disfrutar de los hermosos paisajes, fauna y flora con que cuenta este corregimiento. El recorrido tiene un costo de U\$100 por persona (incluye refrigerio, guía bilingüe y seguro de viaje, tiene una duración de cuatro horas).
- *Ruta de los embalses*: permite al turista conocer parte de los municipios que hacen parte de la subregión de embalses en el oriente Antioqueño, donde puede conocer la Piedra del Peñol (un monolito de 200m de altura), el municipio de El Peñol y el municipio de Guatapé, subse de los Juegos Suramericanos. El costo es de U\$90 por persona (incluye transporte, seguro de viaje, refrigerio mañana y tarde, almuerzo y guía turístico). Igualmente, el turista puede visitar los municipios de Marinilla, El Peñol y Guatapé, la réplica del viejo Peñol, ingresar al Parque ecológico y hacer un tour en barco por la represa con música a bordo. El costo es de \$6.000 pesos por persona (tarjeta de asistencia médica, opcional visita a la Piedra del Peñol: tiene una duración de todo el día).

3.4 Oferta cultural en Medellín

La oferta cultural en Medellín comprende las zonas donde se encuentran la producción, circulación y transmisión de productos culturales, como los sitios históricos, teatros, museos, bibliotecas, entre otros, vinculados a la actividad turística y comercial de la ciudad.

En la actualidad, Medellín cuenta con 32 museos integrados a la Red de Museos Nacionales, pero tan sólo 11 aparecen en el sitio oficial de la ciudad; albergan diferentes colecciones en Arte, Etnografía, Historia, Arqueología y Ciencias Naturales.

Además, cuenta con 21 bibliotecas públicas —de las cuales 5 son Parques Bibliotecas construidos en diferentes zonas de la ciudad—²⁶; salas de cine (79), ubicadas en 14 multicines, principalmente en los centros comerciales de la ciudad; teatros (4) con capacidad para albergar 5600 espectadores y teatros al aire libre (2) con capacidad para 5800 espectadores (véase Figura 8).

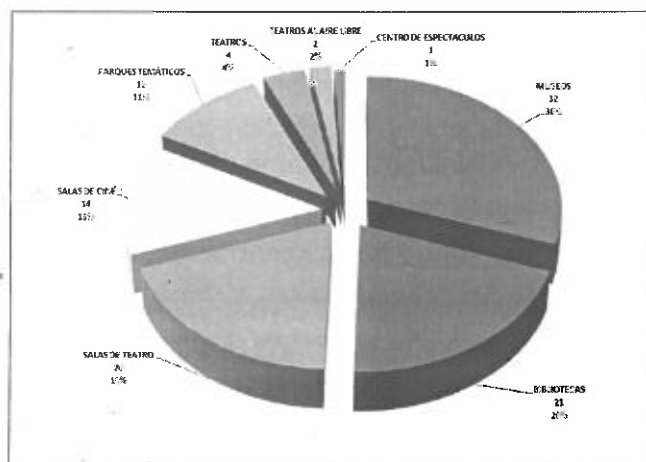


Figura 3. Oferta cultural en Medellín

²⁶La Ladera en el barrio Bostón, San Javier, España en el barrio Santo Domingo, La Quintana en el barrio Robledo y Moravia.

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

➤ **Teatros:** como se mencionó anteriormente, la ciudad cuenta con cuatro teatros principales, los cuales son los encargados de promulgar la actividad cultural y artística, además de los espectáculos masivos en la ciudad; ellos son: el Teatro Metropolitano José Gutiérrez Gómez con 1634 localidades ofrecidas para el público, donde tienen su sede permanente la Orquesta Filarmónica de Medellín, la Orquesta Sinfónica Juvenil de Antioquia y la compañía de danza contemporánea Danza Concerto; El teatro Pablo Tabón Uribe que puede albergar 1023 espectadores, encargado de promover las actividades culturales y sociales en Medellín; el Teatro Gabriel Obregón Botero ubicado en la Universidad de Medellín, el teatro en Medellín con mayor capacidad (1700 localidades), dedicado no sólo a la promoción artística y cultural, también a la de las diversas actividades académicas y eventos de carácter nacional e internacional; y por último, el Teatro Camilo Torres ubicado en la Universidad de Antioquia, el cual tiene la tarea de promover la investigación, docencia y extensión, en un ámbito público y crítico, donde se propician actividades humanísticas, culturales y científicas; posee una capacidad de 1243 espectadores.

➤ **Salas de teatro alternas:** la ciudad cuenta con una diversa oferta de salas de teatro que ofrecen espectáculos para grandes y niños. Se pueden agrupar en tres zonas de la ciudad, donde se concentran las mayores actividades en esta materia:

- **Zona centro oriental:** cuenta con la mayor oferta de salas de teatro de la ciudad, trece en total. Allí se encuentra el teatro del Águila Descalza, el Pequeño teatro de Medellín y el Ateneo Porfirio Barba Jacob, su capacidad oscila entre 600 a 400 personas por

presentación; además, cuenta con nueve salas más, con capacidad de 80 a 110 espectadores.

- *Zona centro occidental:* allí se ubican tres salas de teatro: Corporación la Fanfarria, Corporación Teatro Títeres Manicomio de Muñecos y teatro Hora 25.
- *Zona suroccidental:* cuenta con dos corporaciones culturales: la Corporación Artística la Polilla y la Corporación Carantofia, ambas cuentan con sedes propias para el desarrollo de sus actividades.

➤ **Parques temáticos:** la ciudad ofrece a sus habitantes y turistas múltiples atracciones que combinan la ciencia, la naturaleza, el arte, la cultura, la recreación y la diversión (véase Figura 9).

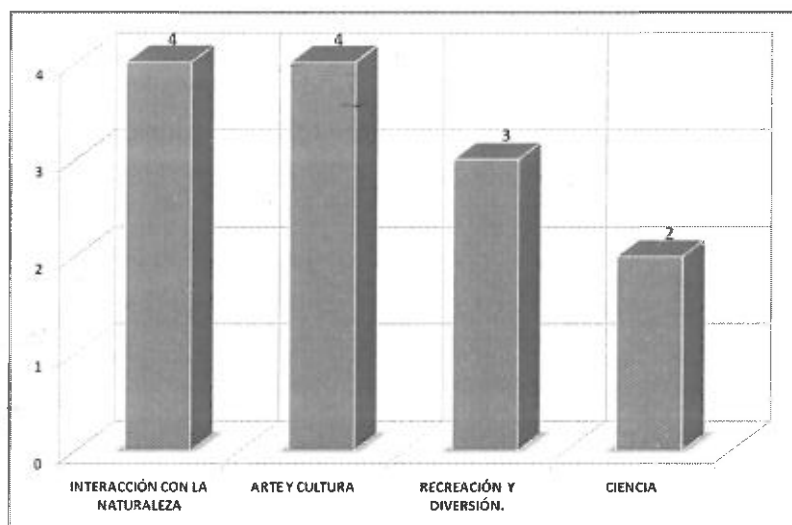


Figura 9. Oferta de parques temáticos de Medellín

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

En este sentido, Medellín cuenta con 13 parques temáticos distribuidos en distintos lugares. En la zona norte se localizan varios de ellos que combinan ciencia, diversión e interacción con la naturaleza: el Parque Expiora, el Parque Norte, el Parque de los Deseos junto con el Planetario Jesús Emilio Ramírez, y el Jardín Botánico Joaquín Antonio Uribe.

En la zona centro de la ciudad están: el Parque de los Pies Descalzos donde se encuentra el Museo interactivo de EPM, el Parque de las Luces, la Plazoleta de las Esculturas, el parque San Antonio y, relativamente cerca, el Zoológico Santa Fe.

➤ **Tabernas, bares y discotecas:** una de las actividades complementarias para el esparcimiento y la diversión son las tabernas, bares y discotecas; donde pueden combinarse el baile, la tertulia, la comida, entre otros. En Medellín existen 234 establecimientos de este tipo referenciados por la Alcaldía de Medellín como lugares en los cuales se ofrece una adecuada atención al cliente y los precios varían de acuerdo con el presupuesto del cliente. Ofrecen diversidad de géneros musicales (reggaetón, tango, bolero, electrónica, vallenato, tropical, música de los sesenta, entre otros), show en vivo y ofertas especiales (véase Figura 10).

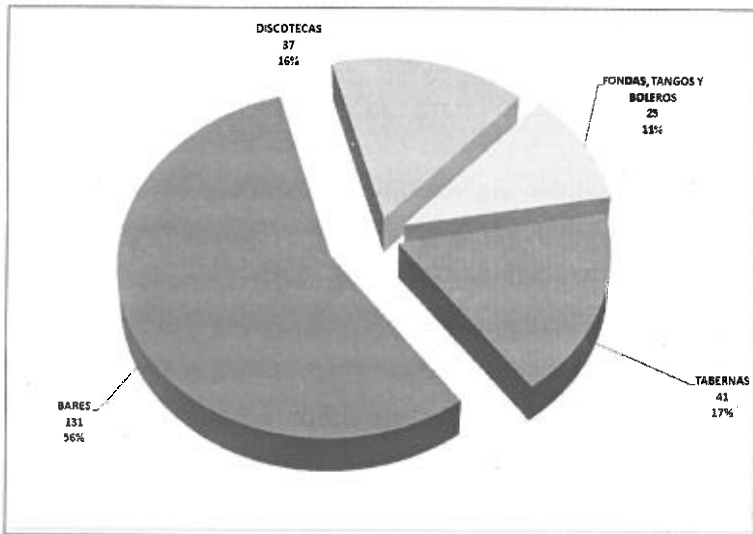


Figura 10. Oferta de bares, tabernas, discotecas y fondas en Medellín

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, tour gastronómico de Medellín, www.antioquiaturistica.com, www.medellin.gov.co y www.medellin2010.org.

Cabe señalar que estos sitios se encuentran ubicados principalmente en los circuitos gastronómicos y culturales de la ciudad, donde las zonas que concentran mayor actividad de este tipo son: la zona Rosa, el circuito turístico de Las Palmas, la zona centro occidental y la zona Fucsia de la ciudad.

De igual modo es importante señalar que aunque los lugares para el ocio y la diversión son de vital importancia para el desarrollo del sector turístico en Medellín, éstos carecen de una conexión directa con la oferta hotelera y gastronómica de la ciudad; pues muy pocos se encuentran vinculados a los gremios encargados de realizar ferias, congresos y eventos en la ciudad, lo mismo ocurre con la oferta gastronómica; sin embargo, como afirma Carlos Urrego, empresario perteneciente al cluster de turismo y eventos de la ciudad, se está avanzando en el proceso de agremiación y conexión:

“Existían agremiaciones fuertes pero muchas de ellas desaparecieron, sin embargo, en la actualidad existe un proceso de mejoramiento en esta materia, lo cual es muy positivo para la prestación de servicios complementarios a los eventos”.

8.4 Transporte en Medellín

8.5.1 Transporte público urbano de pasajeros y turismo

Al analizar el comportamiento del transporte público urbano en la ciudad de Medellín y su Área Metropolitana (buses, busetas, microbuses y metro), se encuentra que el parque automotor presentó una disminución de 1.5%, al pasar de 5422 en el 2007 a 5340 vehículos durante 2008. Al discriminar este comportamiento por tipo de vehículo, la mayor disminución se presentó en los microbuses con una variación de -3.1 puntos porcentuales, los cuales pasaron de 1540 en 2007 a 1492 durante 2008.

La cantidad de pasajeros movilizados registró un descenso de -14.2% al pasar de 642.433 en 2007 a 551.421 durante 2008. Cabe resaltar la reducción de -28.5% en el número de pasajeros que se transportó en buses. El único medio de transporte que presentó incremento en la movilización de pasajeros fue el metro de Medellín, al pasar de 139.588 pasajeros en 2007 a 153.024 usuarios durante 2008.

La evolución de los vehículos en servicio y de los pasajeros transportados permite observar una recomposición en los hábitos de transporte de los habitantes de Medellín y municipios vecinos, algunos de los rasgos característicos más importantes son:

- El proceso de chatarrización está llevando a un cambio de buses por busetas y a una disminución en el número de colectivos, los cuales, en su mayoría, están pasando a alimentar rutas integradas del Metro.

- El metro de Medellín ante la mayor demanda de sus servicios incrementó el número de vagones y cabinas de cable, con el fin de movilizar un mayor número de pasajeros.

El transporte público se divide en transporte urbano y transportes especiales (escolar, empresarial y de turismo). El transporte escolar y empresarial se concibe como una fortaleza por las empresas de transporte local, inclusive existe una sobreoferta. En relación con el transporte de turismo dentro de Medellín, éste se presenta como una gran debilidad de la ciudad, tal como lo manifiesta Juan Manuel López, director comercial de la empresa Alto Nivel.

la ciudad no alcanza a tener 20 vehículos especializados para este tipo de transporte de turismo interno, situación que se presenta por el alto costo de los vehículos (alrededor de \$400.000.000) con características apropiadas para este servicio: sillotería reclinable en cuero, vidrios panorámicos, aire acondicionado, equipos de sonido y video, entre otros (acordes con la normatividad del Ministerio de Transporte).

Asimismo, los vehículos no cumplen con condiciones mínimas de capacidad solicitadas por los clientes internacionales, pues al menos deben contar con 30 asientos y “en ocasiones exigen 50 o más”, esto último expresado por Luis Fernando Toro de Cotelco.

Lo anterior, se corrobora con lo dispuesto en las Normas Técnicas Colombianas aplicables al transporte terrestre automotor especializado (NTC- 3641. Acabados interiores en Cuero NTC-1570, NTC-2021 y NTC-2037. Cinturones de seguridad NTC-3638. Herrajes de sillotería NTC-1256 y NTC- 1364. Uso de llantas NTC-1467. Condiciones de los vidrios NTC-3586. Materiales retardantes al fuego).

8.5.2 Transporte aéreo de pasajeros

Durante el 2008 el transporte aéreo de pasajeros en el territorio nacional presentó un crecimiento de 1.4%, al pasar de 8.891.834 pasajeros en 2007 a 9.013.300 pasajeros durante 2008.

Según Natalia Restrepo:

Medellín es el primer destino de compra por los turistas extranjeros, es la tercera ciudad que recibe mayor número de extranjeros en el país, representando el 10.6% del mercado internacional que arriba a Colombia. Para el año 2008, Medellín recibió 194.319 turistas nacionales y 75.761 turistas de procedencia internacional; y en 2009 llegaron a la ciudad alrededor de 219.443 turistas nacionales y 108.809 internacionales.

Los principales países de donde proceden los extranjeros que llegan a Medellín están representados, en su orden, por: Estados Unidos 35%, Venezuela 12%, Ecuador 7%, México 5%, Perú 5%, España 5%, Panamá 3%, Brasil 3%, Argentina 3%, Holanda 2%, y otros destinos 20%.

8.5 Comercio

Medellín cuenta en la actualidad con 47 centros comerciales, los cuales le ofrecen a propios y extraños además de la actividad propia de las compras, actividades de recreación y entretenimiento, por medio de cines, restaurantes, parques de diversión para grandes y niños, entre otros (véase Figura 11).

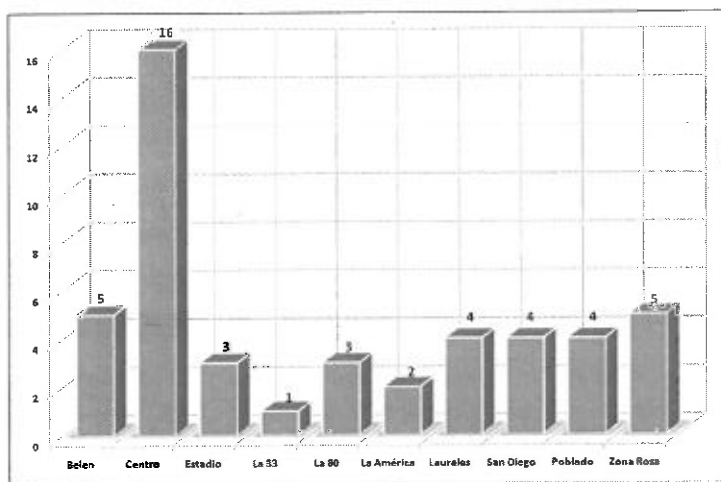


Figura 11. Oferta de centros comerciales en Medellín

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

La mayor concentración de centros comerciales se encuentra en la zona céntrica de la ciudad y en El Poblado, los cuales poseen el 34% y 28%, respectivamente, de la oferta de este tipo en la ciudad.

Además de los centros comerciales, la ciudad cuenta con lugares dinámicos en cuanto a la oferta comercial –como el denominado sector de “El Hueco”, donde se ubican 7000 establecimientos de comercio–, gran variedad de almacenes, el centro de la moda en Itagüí, la Zona Rosa de El Poblado, entre otros.

En el caso de las subsedes de los Juegos Suramericanos, la mayor actividad en centros de comercio se presenta en Itagüí, lugar donde se encuentra el Centro de la moda, además de almacenes de grandes superficies como el Éxito, Carrefour, Flamingo, entre otros.

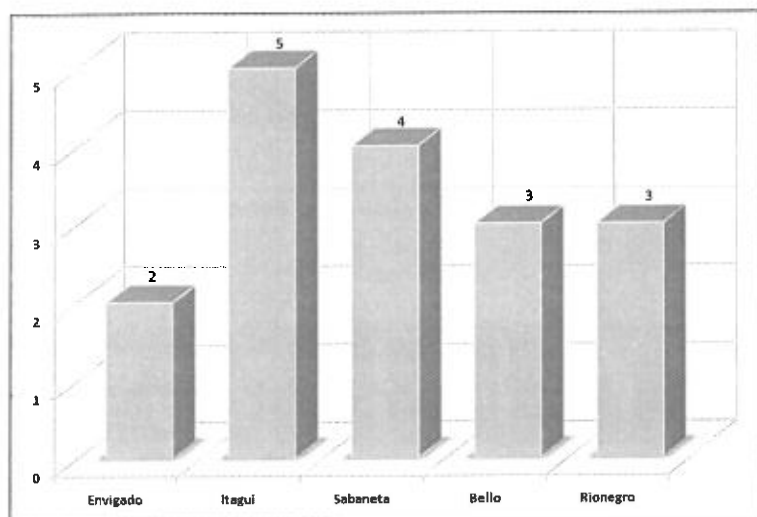


Figura 12. Oferta de centros comerciales en las subsedes de los Juegos

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

En segundo lugar se encuentra el municipio de Sabaneta, donde se ubican las únicas salas multicines con que cuenta el sur del Valle de Aburrá, seguido por Bello, centro industrial y de comercio del Norte del Valle de Aburrá, y Rionegro (véase Figura 12).

9. OFERTA COMERCIAL Y GASTRONÓMICA SUR DEL VALLE DE ABURRÁ

En el sur del Valle de Aburrá se ubican tres de los municipios que son subsedes de los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010: Sabaneta, Envigado e Itagüí. En ellos, al igual que en Medellín, se ubican varios lugares o circuitos con una oferta turística amplia; pueden considerarse como una extensión de Medellín, dada su cercanía con la capital del departamento. En estos circuitos se puede encontrar una gran variedad de ofertas gastronómicas, así como sitios de diversión, cultura, comercio y atractivos turísticos naturales (véase Figura 13).

- **La Doctora en Sabaneta:** ubicado a las afueras del municipio, pero relativamente cerca al parque principal. En este sitio se puede encontrar la mayor oferta de gastronomía, bares, discotecas y fondas.

- **El Parque principal de Sabaneta:** el visitante puede encontrar allí una de las mayores atracciones turísticas con las que cuenta el municipio, el Santuario de María Auxiliadora, lugar de peregrinación de cientos de católicos al año, especialmente los días martes que son consagrados a la Virgen. Además, alrededor del parque se ubican diferentes bares, fondas y discotecas, al igual que restaurantes de comida tradicional.

- **El Parque Obrero en Itagüí:** ubicado cerca del parque principal del municipio. Es uno de los referentes para compartir con amigos y conocidos; cuenta con distintos establecimientos que ofrecen al visitante shows en vivo y diversos géneros musicales (tango, rock, entre otros).

- **Barrio Santamaría en Itagüí:** es el centro tradicional de la rumba y el comercio en Itagüí. El visitante puede encontrar además del Centro de la Moda (lugar de almacenes de confección a precios de fábrica), establecimientos de rumba y encuentro. Sin embargo, su dinamismo ha decaído un poco debido a los problemas de violencia que vivió el Valle de Aburrá en este sector.

- **La Frontera y Otra Parte en Envigado:** esta zona se encuentra entre los límites de Medellín y Envigado, además de lugares de encuentros comerciales y diversión, ofrece una destacada oferta cultural y gastronómica.

- **Parque de Envigado:** en este lugar no sólo se disfruta de la arquitectura colonial, también de las fondas, los bares y las discotecas que se ubican alrededor del parque.

3.1 Gastronomía del sur del Valle de Aburrá

Sabaneta, ubicada a 11 km de Medellín, cuenta con una interesante oferta de comida típica de diferentes regiones del país. Su fortaleza reside en el ambiente semicampestre de sus establecimientos, los cuales son frecuentados especialmente los fines de semana. Cuenta con el 47% de la oferta gastronómica del sur del Valle de Aburrá –pese a ser el municipio más pequeño de Colombia–, concentrada especialmente en lugares conocidos como fondas, ubicadas en el sector la Doctora; en el parque principal y en sus alrededores.

En el caso de Envigado, su componente gastronómico representa el 25% de los establecimientos. La mayor oferta se encuentra en el parque principal y sus alrededores; cuenta con un total de ocho restaurantes que ofrecen comida de buena calidad; además, comidas rápidas y restaurantes de

comida china. Este municipio es muy famoso por ofrecer comidas típicas como “las empanadas envigadeñas” y la morcilla.

El municipio de Itagüí cuenta con trece restaurantes reconocidos, además de estaderos y lugares de comidas rápidas; sin embargo, cabe señalar que la oferta gastronómica no es la actividad más fuerte en materia de turismo en este municipio, más aún si se compara con Sabaneta y Envigado, donde la calidad y cantidad de ésta es más fuerte.

En estos tres municipios del sur del Valle de Aburrá se encuentran varias de las más famosas discotecas del Área Metropolitana de Medellín; sobresaliendo aquellas que se ubican en Itagüí, muy cerca de El Poblado. Debido a que estas discotecas se ubican en zonas industriales, cuentan con un horario más amplio de atención.

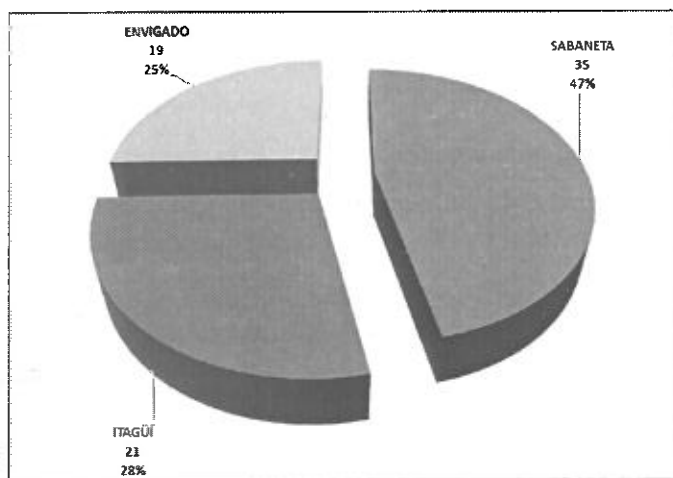


Figura 13. Oferta gastronómica de calidad en el sur del Valle de Aburrá

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

9.2 Tabernas, bares y discotecas en el sur del Valle de Aburrá

El sur del Área Metropolitana se ha convertido en uno de los lugares preferidos para la “rumba”. Itagüí, por su parte, cuenta con dos de las principales discotecas de la ciudad, conocidas a nivel nacional e internacional y que ofrecen además de rumba *crossover*, música en vivo con artistas nacionales y extranjeros de gran prestigio.

La oferta total de estos lugares en estos municipios es de noventa establecimientos; con una mayor concentración en Sabaneta (posee el 39% de la oferta actual), especialmente en el circuito comercial de la Doctora, en el cual predominan bares y fondas. Posteriormente, se encuentra Envigado con el 33% de la oferta actual, y, por último, Itagüí con el 28% restante. Cabe señalar que la vocación comercial de estos negocios es el de las tabernas, bares y fondas, espacios donde se combinan distintos géneros de música, incluyendo la música popular (véase Figura 14).

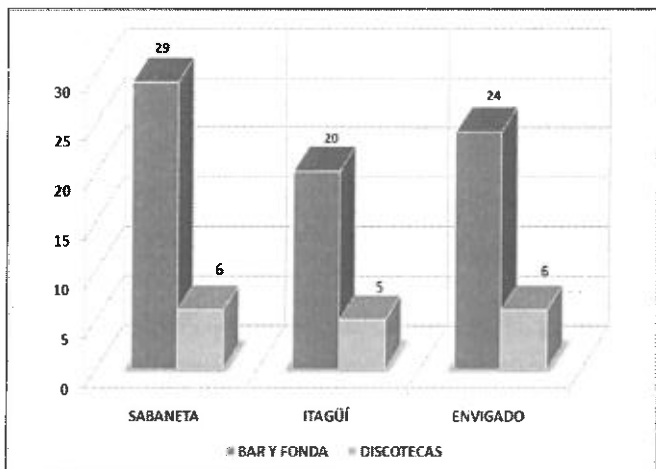


Figura 14. Oferta de bares, tabernas, discotecas y fondas de los municipios del sur del Valle de Aburrá

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medeiin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medeiin2010.org.

10. CIRCUITOS COMERCIALES Y GASTRONÓMICOS NORTE DEL VALLE DE ABURRÁ

En el norte del Valle de Aburrá se encuentran los municipios de Bello y Copacabana, los cuales hacen parte de las subsedes de los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010; a diferencia de los municipios pertenecientes al sur del Área Metropolitana, la actividad turística de éstos se concentra en el disfrute de “días de sol”, dadas sus características físicas y geográficas; además, cuentan con poca infraestructura formal para atender el turismo de negocios y eventos que se realiza en Medellín. Sin embargo, se pueden identificar algunos de los circuitos turísticos de esta zona, tales como:

- **Zona Rosa de Bello:** ubicada a pocas cuadras del parque principal del municipio, donde se puede disfrutar de bares y tabernas de música especializada por géneros.

- **Choza de Marco Fidel Suarez:** no sólo posee un valor histórico por ser el lugar donde se encuentra la casa de uno de los antiguos presidentes de Colombia “Gran orgullo de los Bellanitas”; sino, además, por ser un lugar tradicional como sitio de encuentro, donde se ubican bares y tabernas con precios asequibles.

- **Cabañas:** en su parte baja, cerca a la autopista, se ubica una serie de bares y tabernas para el disfrute de los “bohemos” (es uno de los barrios donde habitan las personas con mayores ingresos).

- **Corregimiento de San Félix en Bello:** en este corregimiento se puede realizar turismo agroecológico, además de la práctica de deportes extremos como el parapentismo.
- **Doble calzada Bello-Hatillo en Copacabana:** esta zona se caracteriza por ubicar, en ambos lados de la carretera, fondas y bares de buena atención y calidad; además cuenta con dos parques temáticos, especializados en el disfrute de actividades acuáticas.

10.1 Gastronomía del norte del Valle de Aburrá

Como se mencionó anteriormente, el norte del Valle del Aburrá no cuenta con una infraestructura adecuada para recibir al turista, lo cual se refleja en los pocos lugares dedicados a la buena mesa; es así como en los sitios especializados en promocionar el turismo en Antioquia, tan sólo se referencian once restaurantes en conjunto, de los cuales seis se encuentran en el municipio de Copacabana, ubicados principalmente en la doble calzada Bello- Hatillo, y, los otros cinco restantes, en el municipio de Bello.

Cabe señalar que la mayor parte de los negocios que ofrecen alimentación están dirigidos a ofrecer comida típica colombiana y asados, dado que su infraestructura está constituida principalmente por fondas y restaurantes tradicionales.

10.2 Tabernas, bares y discotecas en el norte del Valle de Aburrá

Aunque los municipios mencionados anteriormente cuentan con gran cantidad de bares, tabernas y discotecas para el disfrute local, sólo trece negocios se clasifican para la atención de turistas locales e internacionales, ya que cuentan con los estándares exigidos por los visitantes. De estos negocios clasificados, diez se encuentran en el Municipio de Bello y los tres

restantes en Copacabana. Cabe señalar que se encuentran dentro de los circuitos comerciales y gastronómicos citados previamente.

11. CIRCUITOS COMERCIALES Y GASTRONÓMICOS ORIENTE ANTIOQUEÑO

El Oriente antioqueño se caracteriza por ser un destino turístico por excelencia donde sus habitantes y turistas pueden disfrutar de una gran variedad de actividades de tipo cultural, recreativo y ecológico. Esta subregión está ubicada cerca de la ciudad de Medellín y cuenta con rutas apropiadas de acceso, en especial a la subregión del Altiplano (la cual está más cercana a Medellín), donde se ubican dos de las tres subsedes de los Juegos: Rionegro (principal municipio de la región) y Guarne. Igualmente, se ubica allí el otro municipio subsede de los juegos, Guatapé, el cual se encuentra en la subregión de Embalses. Esta región cuenta con varios circuitos comerciales y gastronómicos que se describen a continuación:

- **Vuelta a Oriente:** integra la ruta a varios municipios del Oriente cercano (Rionegro, La Ceja, El Retiro, Carmen de Viboral y el Santuario), donde el visitante puede apreciar artesanías tradicionales, como las vajillas realizadas a mano en el Carmen, la arquitectura colonial, diversidad de paisajes, lugares para el disfrute, gastronomía tradicional y sitios para el encuentro y la rumba.
- **Ruta ecológica en Guarne:** cuenta con un parque recreativo y ecológico, además de veredas donde el visitante puede interactuar con la naturaleza.
- **Llano Grande en Rionegro:** este circuito se viene consolidando como un lugar de alto comercio, debido a que en esta zona se encuentran los principales centros comerciales con los que cuenta el municipio,

restaurantes con cocina tradicional e internacional, discotecas, bares y parques recreativos.

➤ **San Antonio de Pereira en Rionegro:** es un corregimiento ubicado a las afueras de Rionegro, junto al parque recreativo de Comfama y Tutucán (replica de un pueblo tradicional paisa), y cercano además a los municipios de La Ceja y El Retiro. Este sitio es visitado especialmente los fines de semana, donde los visitantes pueden encontrar una amplia oferta de bares, fondas, cafés. Son famosos sus dulces y comida tradicional.

➤ **Malecón en Guatapé:** está ubicado a las orillas de la represa. Allí, el visitante puede disfrutar de deportes acuáticos, estupendos paisajes que conjugan la vista del embalse con bosques donde se pueden realizar rutas ecológicas. Además de restaurantes tradicionales que le ofrecen al turista gastronomía tradicional.

➤ **Parque Principal en Guatapé:** el visitante puede disfrutar de la arquitectura colonial, sus casas bellamente adornadas y vías en piedras. Se ubica cerca al Malecón.

➤ **Piedra del Peñol de Guatapé:** uno de los principales atractivos del municipio. Está rodeado de bellos paisajes, sitios cercanos para el camping y buenas hosterías que le ofrecen al turista una variedad de actividades relacionadas con los deportes acuáticos y la rumba.

11.1 Gastronomía del Oriente antioqueño

La oferta gastronómica que se ofrece en estos municipios se encuentra muy relacionada con la comida tradicional, asados y la oferta presentada por las diferentes hosterías y lugares de encuentro con los que cuenta la región; en este sentido la oferta recomendada por las instituciones organizadoras incluyen sólo 18 restaurantes (en Rionegro y Guarne); sin

embargo, según datos de la promotora Paisajes de Antioquia, Rionegro tiene una oferta comercial actual de 72 restaurantes.

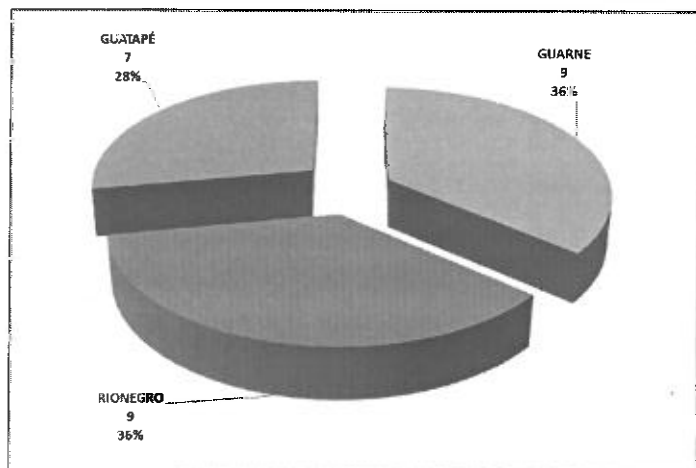


Figura 15. Oferta gastronómica de calidad en el Oriente antioqueño

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

Como puede observarse en la Figura 15, tanto Rionegro como Guarne poseen 9 establecimientos recomendados para el disfrute de propios y extraños; mientras que Guatapé cuenta tan sólo con 7 establecimientos de calidad. Es importante resaltar que la ubicación de estos restaurantes se encuentra principalmente en los circuitos turísticos descritos anteriormente.

11.2 Circuitos turísticos del Oriente antioqueño

Los circuitos turísticos en esta región se encuentran ligados a la oferta agroecológica y ecológica, dada la variedad de paisajes, rutas ecológicas y de diversión con las que cuentan los municipios; a lo que se adiciona su

arquitectura colonial conservada. Es importante resaltar que pese a su tradición cultural, la oferta de salas de teatro o de cine es mínima.

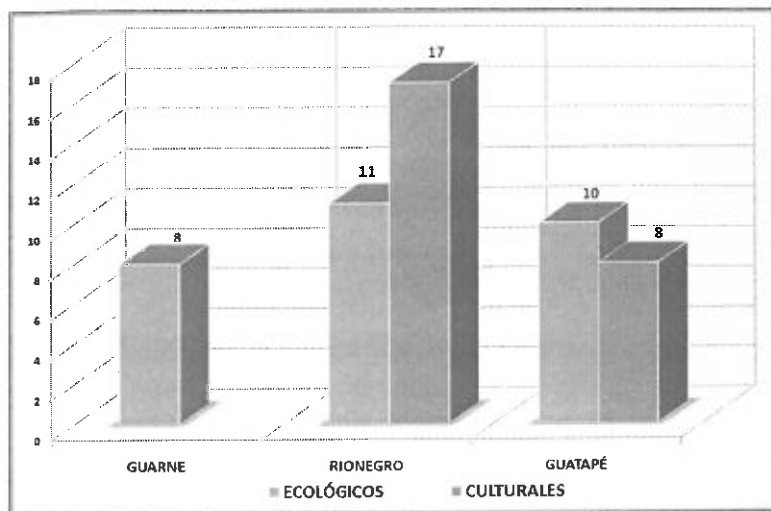


Figura 16.

Oferta turística en el Oriente antioqueño

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

Como se puede observar en la Figura 16, la mayor oferta turística la presenta el municipio de Rionegro con un total de 28 lugares, donde la mayor oferta se encuentra en el ámbito cultural con el 61% de la oferta existente.

En el caso de Guarne, su oferta turística se encuentra concentrada únicamente en lo referente a lo ecológico; este municipio cuenta con el parque ecológico Piedras Blancas, dos veredas con circuitos ecológicos y la finca ecoturística Siete Cueros.

El municipio de Guatapé, por su parte, posee 18 lugares turísticos entre lo cultural y ecológico, donde este último representa el 56% de la oferta en

esta materia. Sus mayores atractivos se encuentran relacionados con la Piedra del Peñol y sus alrededores, además de su arquitectura colonial.

11.3 Tabernas, bares y discotecas del Oriente antioqueño

La oferta existente de bares, tabernas y discotecas que ofrecen servicios de calidad de acuerdo con los estándares requeridos para la atención de visitantes nacionales e internacionales en los municipios del oriente antioqueño es relativamente pequeña, dado que en conjunto sólo se referencian 27 establecimientos (véase Figura 17).

El municipio que tiene mayor oferta es Rionegro con el 55% (se debe a que este municipio es más “cosmopolita”); esta oferta se encuentra localizada principalmente en los circuitos de Llano Grande y la vereda de San Antonio de Pereira, este último lugar se caracteriza por sus fondas que ofrecen música tradicional y *crossover*.

Guarne es el municipio que cuenta con menos lugares especializados en este tipo de entretenimiento (su vocación turística principal es la ecológica); están localizados principalmente a lado y lado de la autopista Medellín-Bogotá.

Los bares, tabernas y discotecas en Guatapé constituyen el 28% de la oferta total; estos lugares se encuentran ubicados principalmente cerca al Malecón y las hosterías con las que cuenta el Municipio.

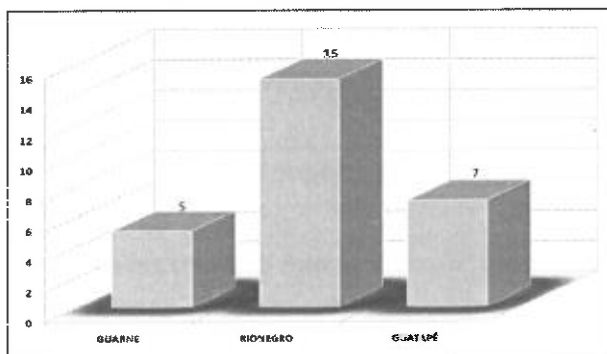


Figura 17. Oferta de bares, tabernas, discotecas y fondas en el Oriente antioqueño

Fuente: Elaboración de los autores con datos tomados de www.medellin.travel.com, www.antioquiaturistica.com y www.medellin2010.org.

Bibliografía

- Alcaldía de Medellín (2008). *Turismo: Un nuevo cluster para Medellín*. Recuperado de <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/culturae/Cluster/Noticias/Paginas/TurismounnuevoclusterparaMedellin.aspx>
- Alcaldía de Rionegro. Departamento de Antioquia. *IX Juegos Suramericanos Medellín 2010, subsede Rionegro*. En línea: <http://www.suramericanos2010.rionegro.gov.co>
- Antioquia Turística. En línea: <http://www.antioquiaturistica.com>
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato). En línea: <http://www.anato.org>
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato). Capítulo Antioquia-Chocó. En línea: <http://www.anato.org/index.php/capitulos>
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco). En línea: <http://www.cotelco.org>
- Congreso de la República de Colombia. *Ley 300 de 1996*. Recuperado de <http://www.secretariassenado.gov.co>
- Congreso de la República de Colombia. *Ley 1101 de 2006*. Recuperado de <http://www.secretariassenado.gov.co>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2009). *Muestra mensual de hoteles. Noviembre de 2009*. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmh/cp_mmh_nov09.pdf

Departamento Nacional de Planeación (DNP). En línea: <http://www.dnp.gov.co>

Guía de viajes oficial de Medellín. En línea: www.medellin.travel.com

Informe de resultados del continente americano, Smith Travel Research (STR) y STR Global, enero de 2010.

Maure Agüero, G. (julio de 2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la Economía*, (82). Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

Medellín 2010.org. En línea: www.medellin2010.org

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Balance de Gestión 2009. Colombia frente a la crisis mundial*. Recuperado de <https://www.mincomercio.gov.co/descargar.php?id=60747>

Organización Mundial del Comercio (OMC). En línea: <http://www.wto.org>

Organización Mundial del Turismo (OMT). En línea: <http://unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo (OMT). *Barómetro OMT del Turismo Mundial, noviembre 2008*. En línea: <http://unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo (OMT). *Barómetro OMT del Turismo Mundial, junio de 2009*. En línea: <http://unwto.org/es>

Presidencia de la República de Colombia. *Decreto 2269 de 1993*.
Recuperado de
http://www.presidencia.gov.co/prensa_new/decretoslinea/1993/noviembre/16/dec2269161993.pdf

Sistema de Indicadores Turísticos (Situr). En línea: <http://www.situr.gov.co>

The World Travel & Tourism Council (WTTC). En línea: <http://www.wttc.org>

Tour gastronómico de Medellín. En línea:
<http://www.tourgastronomico.net>

Wikipedia. En línea: <http://www.wikipedia.org>.

Esta obra es producto del investigador Julio Cesar Mesa Londoño, Juan Carlos Arango Quintero y Martha Irene Pulgarín, con apoyo del **Grupo de Investigación: "Dirección de Empresas"**, de la Institución Universitaria Esumer, que tiene por objeto gestionar conocimiento en el ámbito económico-administrativo, a través de investigaciones que posibiliten la generación de innovación en el sector productivo y la sociedad, de forma que se impacten la productividad y la competitividad en el contexto de integración empresarial.