

EL TURISMO CRECE, PERO CAMBIA SU DINÁMICA COMERCIAL.

AGENCIAS DE VIAJE EN COLOMBIA. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO COMERCIAL DEL SECTOR CON BASE EN LA ENCUESTA MENSUAL DE AGENCIAS DE VIAJE (EMAV) — DANE: CANALES DE VENTA, MODELO DE INGRESOS Y SEÑALES CLAVE PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL ATLÁNTICO.

¿QUÉ PASÓ EN EL SECTOR?

SECTOR PULSE

CRECIMIENTO AÑO CORRIDO	INGRESOS DEL SECTOR	PERSONAL OCUPADO	SALARIO PROMEDIO
1 ^{er} Trimestre 2026 -1.5%	1 ^{er} Trimestre 2026 + 0.6%	1 ^{er} Trimestre 2026 -4.5%	1 ^{er} Trimestre 2026 +14.9%
Año 2025* + 5.5%	Año 2025* + 2.3%	Año 2025* -1.3%	Año 2025* +11.7%
*Variación acumulada	*Variación anual	*Variación anual	*Variación nominal

CANALES DE VENTA

Tradicional VS. Online

1^{er} Trimestre 2026



● Online 36.5% ● Tradicional 63.5%

2025



● Online 37.5% ● Tradicional 62.5%

2024

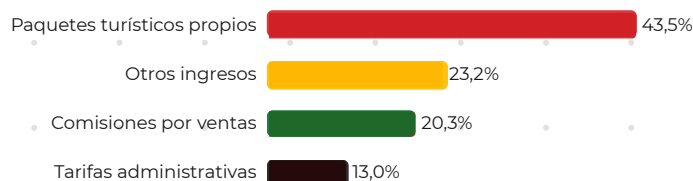


● Online 39.1% ● Tradicional 60.9%

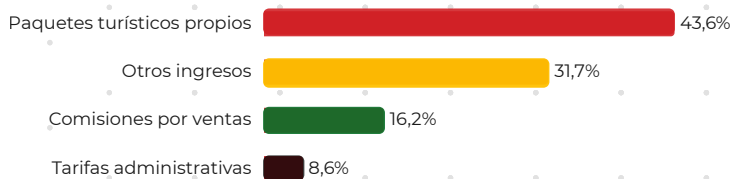
El canal tradicional gana **+1 pp** de participación en el 1^{er} Trimestre 2026; el canal online retrocede en la misma proporción.

¿DE DÓNDE VIENEN LOS INGRESOS?

1^{er} Trimestre 2026



Composición 2025



Los paquetes propios mantienen el liderazgo en ingresos, mientras las comisiones y tarifas administrativas fortalecen su participación.

INSIGHTS ESTRATÉGICOS *

*Lecturas para el Atlántico

01

CANAL - ESTRATEGIA

El canal de venta tradicional recupera terreno frente al Online.

La asesoría humana vuelve a ganar valor en la decisión de compra. Oportunidad para reforzar a la gente como curador de experiencia.

02

PRODUCTO - DISEÑO

Los paquetes propios concentran la mayor generación de ingresos.

Diseñar productos turísticos propios del Atlántico – Carnaval, río, mar y patrimonio – es el camino con mayor retorno comercial.

03

DIVERSIFICACIÓN

Espacio para fortalecer servicios complementarios.

Tarifas y comisiones tienen margen vía servicios B2B, asistencia, seguros y experiencias locales.

Fuente: Encuesta Mensual de Agencias de Viaje (EMAV) – DANE