

5 Tendencias

**para líderes empresariales
de turismo:**

INFORME DE TENDENCIAS 2025
IN-SIGHT CENTRO DE LIDERAZGO DE IMPACTO



Universidad EAFIT

Claudia Restrepo
Rectora Universidad EAFIT

Cristina Vélez Valencia
Decana Escuela de Administración

Fernando Alexander Garzón-Lasso
Director In-sight
Centro de Estudios en Liderazgo de Impacto

Autores

Beatriz Bedoya Velásquez
Sandra Echeverri Duque
Ana Lucía López Londoño

Colaboración

Alexa Barco López
Camilo Solano Cobos
Miguel Ángel Escudero
Yuliana Osorio García

Diseño

Carlos Moreno Núñez
Purpose

01

Enfoque ecosistémico y
colaboración intersectorial

02

Inversión
infraestructural.

03

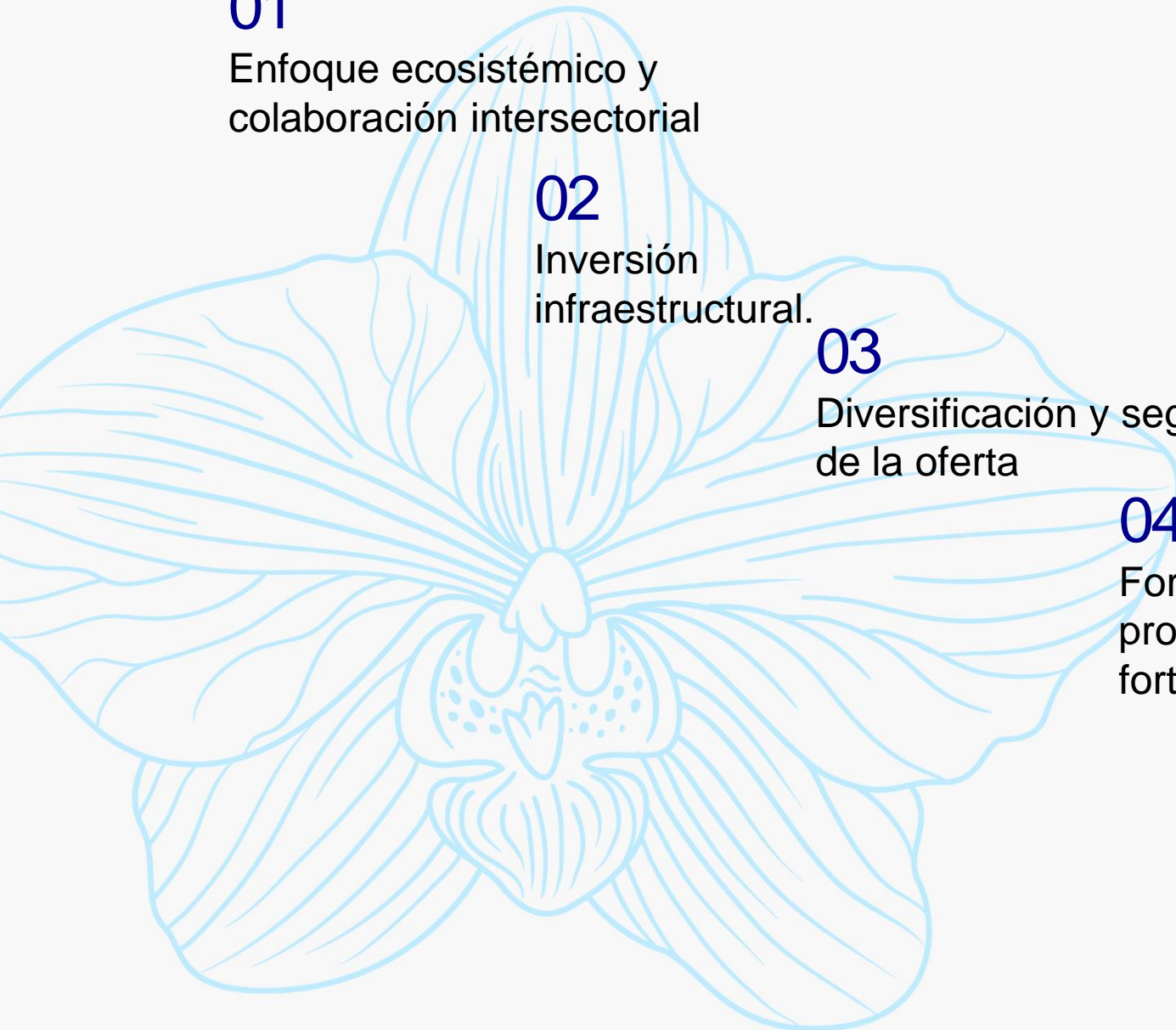
Diversificación y segmentación
de la oferta

04

Formalización,
profesionalización y
fortalecimiento

05

Adaptación tecnológica y
digitalización



Adaptación tecnológica, diversificación y enfoque ecosistémico

El turismo y el entretenimiento urbano se han consolidado como motores de desarrollo económico y cultural en las principales ciudades de Colombia, impulsando la transformación urbana y la proyección internacional de cada destino.

La creciente demanda de experiencias auténticas y la importancia de la colaboración entre sectores hacen que los líderes empresariales deban repensar sus estrategias para mantener la competitividad en un entorno en constante cambio.

A partir de experiencias recientes en Medellín y otras ciudades líderes, en este informe se identifican tendencias clave y acciones estratégicas que pueden guiar a los empresarios del turismo hacia la innovación, la sostenibilidad y la diversificación de la oferta, fortaleciendo así el posicionamiento de sus ciudades como referentes turísticos y culturales en el país.

In-Sight 1

Enfoque ecosistémico y colaboración intersectorial

Las ciudades líderes en entretenimiento y turismo están consolidando ecosistemas colaborativos que integran actores públicos, privados y sociales, fomentando redes de cooperación, alianzas estratégicas y sistemas de retroalimentación continua.

Modelos como el de Melbourne y Ámsterdam muestran que la colaboración entre sectores impulsa la innovación, la resiliencia y la sostenibilidad del sector.

Acciones

Impulsar clústeres sectoriales que integren empresas, instituciones educativas, gobierno y organizaciones sociales para compartir recursos y conocimientos.

Fomentar la *coopetencia* (colaboración entre competidores) para desarrollar proyectos conjuntos, diversificar la oferta y fortalecer la posición de destino turístico

Crear mesas de articulación intersectorial para alinear estrategias, identificar sinergias y optimizar el uso de recursos públicos y privados.

In-Sight 2

Inversión en infraestructura cultural, tecnológica y de eventos

La competitividad de las ciudades como destinos de entretenimiento y turismo depende de su capacidad para ofrecer infraestructura moderna, adaptable y de calidad internacional.

Ciudades como Bogotá, Londres y Los Ángeles han priorizado la inversión en espacios para eventos, incentivos fiscales y marcos regulatorios robustos para atraer inversiones y producciones internacionales

El resultado es una mayor eficiencia, equipos más motivados y proyectos que se ajustan mejor a las necesidades reales del negocio.

Acciones

Participar activamente en iniciativas para modernizar y adaptar la infraestructura local, asegurando que cumpla con estándares internacionales.

Promover la adopción de tecnologías emergentes (streaming, realidad aumentada, inteligencia artificial) en la oferta turística y de entretenimiento.

Colaborar con autoridades locales para diseñar incentivos que atraigan grandes eventos y producciones, generando impacto económico y visibilidad internacional.

In-Sight 3

Diversificación y segmentación de la oferta

El éxito sostenible en turismo y entretenimiento urbano requiere una oferta cultural y de ocio diversa, continua y segmentada, que responda tanto a audiencias locales como internacionales.

Las ciudades líderes han apostado por modelos de "long-tail" (diversidad de nichos) y "blockbuster" (eventos masivos) para maximizar el atractivo y la rentabilidad del sector

Acciones

Desarrollar productos turísticos y de entretenimiento que respondan a diferentes segmentos de mercado

Promover la programación continua de actividades culturales y de ocio, evitando la concentración exclusiva en grandes eventos puntuales.

Incentivar la creación de experiencias innovadoras y personalizadas, integrando gastronomía, deporte, arte, tecnología y vida nocturna.

In-Sight 4

Formalización, profesionalización y fortalecimiento del capital humano

La formalización de empresas y la profesionalización del talento son fundamentales para acceder a financiamiento, atraer inversiones y garantizar la calidad de la oferta.

La falta de formación técnica y creativa, así como la informalidad, limitan el crecimiento y la sostenibilidad del sector en muchas ciudades colombianas

Acciones

Impulsar programas de formación técnica, creativa y de gestión dirigidos a empresarios y trabajadores del sector.

Promover la formalización empresarial mediante asesoría, incentivos y acceso a redes de apoyo institucional.

Fomentar la participación en certificaciones de calidad y buenas prácticas internacionales.

¹Stakeholders: Son todas las personas o entidades que afectan o son afectadas por un proyecto, organización o decisión, incluyendo clientes, empleados, proveedores, inversores y la comunidad..

In-Sight 5

Adaptación tecnológica y digitalización del sector

La acelerada transformación digital exige a los líderes empresariales incorporar herramientas tecnológicas para la gestión, promoción y operación de sus servicios.

El streaming, la venta de entradas digital, la realidad aumentada y la analítica de datos son hoy diferenciadores clave en la experiencia turística y de entretenimiento

Acciones

Adoptar plataformas digitales para la promoción, venta y gestión de eventos y servicios turísticos.

Integrar tecnologías de experiencia inmersiva (realidad aumentada, virtual, etc.) en la oferta de valor.

Utilizar la analítica de datos para conocer mejor a los públicos, anticipar tendencias y personalizar la experiencia del usuario.

Conclusiones

- La experiencia de Medellín y otras ciudades globales muestra que el liderazgo empresarial en turismo debe orientarse hacia la colaboración ecosistémica, la inversión en infraestructura y tecnología, la diversificación de la oferta, la profesionalización y la digitalización.
- Estas tendencias y acciones son extrapolables a Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena y otras ciudades colombianas que aspiran a consolidarse como destinos turísticos y culturales de referencia.
- La clave está en articular esfuerzos, innovar y construir confianza para transformar el potencial urbano en oportunidades reales de desarrollo económico y social

Otros Insights sobre liderazgo de la estrategia

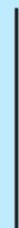
Si deseas profundizar en la temática de este informe, puedes comunicarte con Beatriz Bedoya Velásquez, autora principal del estudio en el que nos basamos.

bbedoya1@eafit.edu.co



[Estrategias de comunicación efectiva para organizaciones sociales](#)

**UNIVERSIDAD
EAFIT**



IN-SIGHT[®]
CENTRO DE ESTUDIOS EN LIDERAZGO DE IMPACTO