



## **Discurso Presidente ANATO**

### **Instalación del XIV Congreso Nacional de Agencias de Viajes y Turismo**

Señor Presidente de la República, agradecemos su presencia en este evento, nos honra tenerlo entre nosotros para dar instalación es esta ciudad anfitriona, Santa Marta, hoy más que nunca indisolublemente atada en su presente y futuro al turismo, al XIV Congreso Nacional de Agencias de Viajes que es conmemorativo de las primeras seis décadas de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo y que además tiene como feliz coincidencia ceremonias preparativas a nuestro bicentenario de independencia.

Este Congreso Nacional, decididamente apoyado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Fondo de Promoción Turística, abraza con visiones académicas y empresariales, la idea de la diversificación como camino para el fortalecimiento de las empresas, en sintonía explícita con la complejidad que refleja la misión empresarial de las Agencias de Viajes y esta en coincidencia deliberada con la recomendación, que nos sugiriera el Señor Presidente de la

República, durante la instalación de la pasada Vitrina Turística de ANATO.

Agradecemos a quienes han viajado de toda Colombia para cumplir voluntariamente con esta convocatoria. Igualmente a nuestros conferencistas, nacionales y extranjeros, que vienen a enriquecer con sus planteamientos las deliberaciones y opiniones de los Agentes de Viajes y Turismo de Colombia.

Saludamos a los expositores que se encuentran en la IV feria del Caribe reunida a la salida de este recinto en particular a la asociación de posadas turísticas de la Sierra Nevada de Santa Marta agradecemos también a la facultad de hotelería y turismo de la Universidad del Magdalena.

### **La importancia de los 60 años de ANATO**

Tantas veces enfrentados a la rutinaria situación de nuestro entorno se calma el espíritu y en ocasiones desaparece el emprendimiento. En el turismo se necesita tener tanto el espíritu como la mente abierta: tener ojos de niño, en algunos casos de principiante, o en otros de extranjero para dejarse admirar por las múltiples posibilidades que nos ofrece Colombia.

Stany Sirutis, colombiano de adopción, fue uno de los pioneros en las primeras excursiones, en 1943, logro llevar a cupo completo un DC4 saliendo del aeropuerto de Techo en Bogotá para pasar dieciséis días en Miami, en hoteles de primera, con excursiones, todo a quinientos setenta y cinco pesos.

Por ello, muy distante de una pretensión arrogante, resulta sincero y humilde afirmar que la historia de los viajes y el turismo en Colombia se encuentra indisolublemente ligada con la historia de sus empresas y en especial con las Agencias de Viajes, y junto a ellas, su Asociación, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo.

Cuando en 1949 el país estaba atravesando por el doloroso y trágico asesinato de Jorge Eliecer Gaitán, en una Bogotá humeante y atormentada por esa ausencia injustificada, un grupo de Agentes de Viajes vencieron el temor de asociarse, y preocupados por la ausencia de reglas claras entre proveedores y distribuidores, y por la ausencia de publicidad promocional del turismo, formalizaron en noviembre de ese año la creación de una Asociación, denominada inicialmente ANAT, consagrada a el desarrollo del Turismo y a la defensa de los intereses comunes y para llevar la voz de los asociados frente a otros actores de la industria y también frente al Gobierno.

Esos elementales objetivos se mantienen incólumes en el presente y seguirán guiando nuestro futuro. Honramos nuevamente por su decisión de crear esta Asociación a Alvaro Murillo, Stany Sirutis, Jorge Navas Roth y a Jose Maria Castro.

En los finales de los cuarentas la economía global comenzaba a sanear de las profundas heridas dejadas apenas unos años atrás por la segunda guerra mundial, lo único tal vez que habría que agradecerle, como lo dijera el historiador americano Louis Snyder, eran los desarrollos tecnológicos que le dejaban a los civiles: motores más veloces, radares, mayor capacidad industrial, todo para iniciar la expansión definitiva de la aviación comercial, un complemento fundamental para el desarrollo del turismo.

En esa misma época los Agentes de Viajes buscaban crear un mercado de interesados en los viajes. Crearon entonces un programa novedoso: vender planes de luna de miel a recién casados. Inicialmente con avisos publicitarios para atraer a las futuras parejas, y luego, algunas agencias según dicen revistas alusivas a la época, entablaron alianzas con curas párrocos que les informaban quienes se iban a casar, no tardaron de acusarse entre si las agencias por “competencia desleal”, y suspendida esa práctica, se desarrollo una labor más discreta de identificación de las potenciales parejas usando las paginas sociales de los periódicos.

También le interesaba a los agentes de viajes de hace 60 años el potencial y atractivo mercado emisor de Norteamérica a Colombia, que se acercaba cada vez, más en virtud de las rutas abiertas desde Nueva York y Miami. Se aventuraron en 1950 a plantear la apertura, junto con el Gobierno Nacional, de una oficina de promoción de Colombia en Nueva York.

En 1950 varios Agentes de Viajes aprovecharon el Año Santo decretado por su santidad el Papa Pio XII y organizaron excursiones, en realidad peregrinaciones, unas lujosas otras medianas y también populares. Se asociaron y sacaron un buque con más de 300 personas a Roma y Tierra Santa. Alvaro Murillo, emprendedor y visionario del turismo, primer presidente de ANATO, relataba en 1987, que su mayor logro como Agente de Viajes era atender un cliente y dejarlo satisfecho. Esta es una lección de vida para los empresarios de viajes y turismo: nuestra motivación es la satisfacción del consumidor.

Para finales de la década de los sesentas, nos recuerda Raúl Jaramillo, que había promoción pero faltaban hoteles, es por ello que en el gobierno del Presidente Carlos Lleras Restrepo, se toman medidas de fondo para mejorar el desempeño del turismo, porque el país debía prepararse para recibir a Su Santidad Pablo VI en 1968, para celebrar el sesquicentenario de la independencia, los juegos panamericanos en el

71 y el congreso de COTAL en Medellín en el 72. Para abordar con lujo de competencia todos estos retos, el gobierno nacional, decide crear en 1968 la Corporación Nacional de Turismo y sobresale también la creación del *certificado de desarrollo turístico*, papel de deuda pública, válido para pagar impuestos por parte de quienes invertían en hoteles.

Se abre así la década de los setentas y con altibajos la CNT siguió jugando su papel de corrector de la inversión especialmente en hoteles allí donde se considero necesario, vale la pena recordar algunos: Casino Turístico de Santa Marta, el Duruelo en Villa de Leyva, el Monasterio en Popayán, Morasurco en Pasto, Gimaura en Riohacha, y ampliaciones en otros no menos importantes como El Isleño en San Andres o el Tonchalá en Cúcuta.

En 1975 la Universidad Externado de Colombia cristaliza la primera facultad relacionada con el sector academia.

Se continuó, en el Gobierno del Presidente Julio Cesar Turbay Ayala, la formación de capital en Turismo con la construcción de los centros de convenciones en Bogotá, Cartagena, Paipa y Santa Marta.

Colombia, según los estudiosos del turismo, estaba en el camino correcto y destinada a convertirse en el segundo o tercer destino más importante de América Latina. Era, en la década de los setentas, modelo en varios sentidos para la región.

En los ochentas nacen los obstáculos, que impiden que Colombia alcance ese nivel, después de un prolongado periodo de auge en la posguerra, se cimenta una crisis económica mundial, en la que nuestro país fue al tiempo periferia y centro, y también otra crisis estaba por venir, aun más seria, incubada por las lacras de la violencia y el narcotráfico, que dieron al traste con los esfuerzos de cuarenta años de inversión pública y privada en el sector de viajes y turismo, todo esto tuvo implicaciones y daños severos sobre la sostenibilidad empresarial.

En la asamblea de ANATO de 1980, el entonces presidente de ANATO Fernando Londoño Hoyos, reclamaba la necesidad de un marco legal para el turismo que reemplazara lo poco que había de regulación que era disperso, inconexo y anacrónico.

Acogiendo esa solicitud en 1981, el Gobierno del Presidente Turbay y el Congreso, crearon una comisión para iniciar la redacción de un proyecto de ley. El esfuerzo para la aprobación final de la ley de turismo duro quince años y fue ANATO un perseverante para alcanzar ese hito del reconocimiento del turismo en nuestro ordenamiento jurídico.

En 1982 ANATO interpreta la necesidad de un espacio que congregue de manera profesional a compradores y vendedores, se crea la Vitrina Turística como marco para la negociación del producto turístico, y en

1995 se adelantó la primera rueda de negocios. Vamos camino a los primeros treinta años de esta importante ejecutoria.

En 1989, en la Asamblea conmemorativa de los cuarenta años de ANATO, sobresale la presencia de Manuel Fraga, fundador del Partido Popular y ex ministro del general Francisco Franco, quien había sido el motor intelectual del desarrollo turístico de España, y sugería entonces Fraga que a muchos Estados de la región y a Colombia le faltaba una política turística que animara, ordenara y coordinara el sector, cuando se le preguntaba por la fórmula española para crecer en turismo aconsejaba: la importancia de la inversión extranjera, el esmero por tener una buena contabilidad turística, la protección de los bienes ambientales, culturales y del medio humano, un apoyo permanente desde lo nacional y lo local, las campañas de publicidad y relaciones públicas, entre otras.

Se hicieron en los noventa esfuerzos de diversa índole para conducir al turismo a un puerto seguro. Muchos de los avances institucionales alcanzados en esa década se forjaron gracias a los debates permanentes que propició ANATO. Se elevó al rango máximo de derecho constitucional: el derecho al ocio de los colombianos, esto completaba el reconocimiento de vacaciones al trabajador; tres tomos completos para el primer plan de competitividad; recursos de

redescuento para el sector; zonas francas turísticas (de las que no se pudo hacer ninguna); aprobación de la primera ley de turismo, exención de IVA a los servicios; creación del Fondo de Promoción Turística, entre otras.

A pesar de todos esos esfuerzos en los noventas, el problema de fondo para un desarrollo armónico del turismo, tanto receptivo como doméstico, era el recrudecimiento de las circunstancias adversas en el orden público. Nos hizo falta una política que permitiera mantener la seguridad como bien público básico para el crecimiento ordenado.

### **La situación actual**

Y en este punto del relato histórico del turismo y ANATO me detengo porque el resto de esta historia reciente de nuestra patria corresponde a lo que estamos viviendo hoy todos los colombianos. Al revisar los discursos de mis antecesores encuentro los llamados y exigencias para alcanzar la paz.

Hoy este gremio agradece nuevamente la seguridad democrática como requisito para la sostenibilidad y la recuperación del turismo y exige continuidad sin vacilaciones en esa política.

Reconocemos sin zalamerías, Señor Presidente, que en su Gobierno se da el reencuentro con el camino de la paz y la generación de

instrumentos modernos para rehabilitar al sector de viajes y turismo como sector básico para el desarrollo armónico de toda Colombia. Resaltamos los aportes y beneficios directos que son realizados por sendas campañas: las de *“Colombia es pasión”* como imagen país y la de *“Colombia el riesgo es que te quieras quedar”* como destino turístico.

Señor Presidente, usted nos ha honrado en numerosas oportunidades en estos años, instalando la Vitrina Turística y estos Congresos, Usted ha puesto en todas sus actuaciones el punto más alto para cualquier servidor público, su gobierno permanentemente balancea las cargas de Colombia, en pro de hacer llevadero y allanar el camino de todos, no importa la condición ni el tamaño, ha dispuesto el dialogo como mecanismo para conciliar, no hay en la constitución política de Colombia o en su Gobierno dogmas de fe para el manejo de la economía.

Eso nos permite recordar que la ausencia de comisiones fue uno de los motivos hace sesenta años para la creación de esta Asociación, y que hace tres años, como producto de una larga y compleja negociación de décadas, llegamos este primero de julio a la máxima reducción de las comisiones, y en su reemplazo, se aprovisionaron medidas que debían

facilitar el crecimiento armónico de todos los participantes de esta cadena de los viaje y el turismo.

Sin embargo, la resolución que se expidió para el efecto, en virtud de su aplicación y en algunos conceptos posteriores de la aeronáutica civil, ha generado desequilibrios y mermas irremediables de productividad para las agencias de viajes.

Las cifras de ventas reflejadas en el sistema BSP de estos dos últimos años son tozudas y dan fe de la prolongada reducción en ventas de las agencias de viajes muy a pesar de que en sentido contrario y hasta antes de la crisis el mercado total de ventas de las aerolíneas ha crecido.

Esto también puede leerse del lado de las muestras oficiales que registra el DANE las cuales reflejan desde 2007 variación negativa en los ingresos operacionales de las Agencias.

Estamos testimoniando las dificultades de numerosas empresas familiares, pequeñas y medianas, de todo el territorio nacional, que no reclaman por proteccionismo estatal sino por reglas de juego validas para seguir en la actividad.

Así las cosas este sector se está dirigiendo con las velas abiertas hacia la reducción y la concentración empresarial. Queremos realmente llegar

allí? Ya Chile llegó y hoy tiene tres agencias que controlan más del 50% del mercado.

No es solo un asunto de la crisis económica global son las condiciones y la hoja de ruta actual la que nos está llevando a un desbarrancadero.

Previo a este Congreso hemos realizado reuniones a lo largo y ancho del país para entender dilemas y retos de los agentes de viajes. Buscamos con nuestros diálogos la manera de resolver los problemas sin generar otros, tampoco pretendemos revanchismos o generar fortalezas poniendo nuestros argumentos sobre la debilidad de otro actor o sacrificando al consumidor. Ese ha sido el talante de esta asociación y de quienes la han dirigido. Honramos el camino recorrido en estos sesenta años.

Por ello le agradecemos que ante un auditorio similar hace tres meses dispusiera, bajo la conducción del Viceministro Oscar Rueda y la Alta Consejería Presidencial y con la presencia de la Aeronáutica Civil, una mesa de concertación para discutir los aspectos más sensibles de un desequilibrio que compromete seriamente la estabilidad financiera y los cerca de 25.000 empleos generados por los agentes de viajes de Colombia. Las raíces de esta crisis afectan la reputación comercial de los Agentes de Viajes y los hace ver como intermediarios costosos y obsoletos.

Nos reunimos, para atender la mesa, los gremios por separado, y también por supuesto con el Gobierno, expusimos los argumentos. El balance final es simple aerolíneas importantes como AVIANCA respaldan la posición de ANATO. ALAICO respalda el acuerdo que llegaran a alcanzar ANATO y ATAC. ATAC ha aducido argumentos de inconveniencia que ANATO ha respondido delante de los funcionarios del Gobierno.

Mucho tememos los Agentes de Viajes que el resultado sea una formula simplista.

Reunidos, cohesionados y muy preocupados por el futuro, ratificamos nuestra posición. Lo hacemos con el convencimiento de que estamos ante una gran falla del mercado que necesita acción del Gobierno y que no hacerlo nos deja en un escenario de *dejarhacer dejarpasar* en el que hemos caído.

**Primero**, buscamos con nuestros argumentos que al igualar la Tarifa Administrativa por Internet se genere un equilibrio entre los canales de distribución y la posibilidad de un desarrollo tecnológico para las agencias de viajes en Colombia que hoy aparece encumbrado y borrascoso. Queremos que internet en Colombia abra posibilidades de comercio virtual no solo para aerolíneas sino también para Agencias.

Demostramos que no es tarea fácil ni segura vender por internet desde una agencia de viajes. Igualmente absurdo sería que nos opusiéramos a ello. Le pedimos al Gobierno que corrija la falla de mercado con creatividad.

Hemos aportado a la discusión argumentos y conceptos que han sido en ocasiones descartadas de plano por que algunos funcionarios bajo el argumento de ahorrarle unos pesos al consumidor ya tienen por anticipado la formula ancestral de partir por la mitad, bien el problema o bien la solución, como en el teorema de los hermanos de Milán.

Lo que le conviene al consumidor es un mercado competido y funcional no de oligopolio. Hay una falla de mercado y hay que corregirla no con protección estatal sino con oportunidad para seguir vendiendo.

Bien podríamos crear con los recursos recaudados por la Tarifa Administrativa por Internet un fondo que sirva tanto para el desarrollo tecnológico de las agencias de viajes como de colateral al sector financiero para habilitar de manera correcta la operación de venta electrónica eso corrige la falla de mercado y le devuelve al consumidor el beneficio de un mercado más competido e informado.

**Segundo**, cuando pedimos que se regule el acceso de los agentes de viajes a los tarifas lo hacemos para garantizar que las agencias pueden

cumplir con su misión de poder ofrecerle al consumidor las mejores opciones y mantenerse como canal fiable en su información.

Esto tampoco encarece los tiquetes aéreos y si permite que los valores principales de un agente de viajes ante el consumidor como son la calidad y precisión de la información que dispone para el consumidor se garantice.

Hoy en gran medida por razones tecnológicas, y de competencia entre aerolíneas, se deja por fuera parte del contenido y los agentes de viajes pierden información. Las comisiones caen a su mínima expresión en menos de treinta días, hoy no les costamos a las aerolíneas y lo que piden los Agentes de Viajes es que nos permitan vender esos contenidos sin discriminaciones no importa que sean aerolíneas nacionales o extranjeras, tradicionales o de bajo costo.

Atrás queda la discusión de las comisiones hoy necesitamos que se nivele la cancha para seguir dándoles décadas de avances en turismo a los colombianos.

Señor Presidente, tomamos su invitación a diversificar y la llevamos a la práctica, hoy nos congregamos en este Congreso bajo el lema de la diversificación. Lo hacemos con el convencimiento de que algunas agencias ya están en eso pero la gran mayoría no. Para la diversificación no se dispone de formulas mágicas o tallas únicas. Para diversificar cada

quien tiene que elaborar su propio plan de negocios e identificar los nuevos emprendimientos a desarrollar según su vocación o la región donde se encuentre.

Desde la Asociación queremos aportar al debate con dos elementos: que se ha hecho y cómo podemos hacer más.

**En el que se ha hecho,** encontramos avances de gran importancia, los parques naturales recién concesionados están adecuados para un mejor goce y aprovechamiento, nuevas facilidades hoteleras, inversiones en innovación y desarrollo, agencias que abordan nichos específicos de negocios como en el pasado lo fueron las lunas de miel. La cifra de inversiones en diversificación ya supera en estudios estimativos de la Asociación cerca de cien mil millones de pesos en los últimos años.

**En el cómo podemos hacer mas** insistimos en que si logramos balancear las condiciones actuales de competencia les podremos dar esas oportunidades a los empresarios.

Ayudaría, y de qué manera, qué Colombia tuviera una sociedad de economía mixta, como la que tiene España en SEGITTUR, para que las tecnologías de la información estén al servicio del turismo, dándole acceso y garantías a las mipymes del sector. Es lo lógico: la innovación y la tecnología al servicio del turismo y no como una guillotina

empresarial. En Colombia hoy más del 95% de las agencias de viajes son mipymes y están abocadas al escenario del sálvese quien pueda.

### **Los retos del futuro.**

Apreciado Señor Presidente permítame dejar a la respetada opinión y decisión de nuestro Gobierno unos asuntos que pueden contribuir en alguna medida al mejoramiento del turismo en nuestro país,

**Primero**, Vemos la necesidad de tomar decisiones institucionales que devuelvan confluencia, celeridad y coordinación entre las labores de promoción internacional que atinadamente adelanta Proexport con la de competitividad y promoción interna que tiene el Fondo de Promoción Turística.

Una nueva entidad, que nazca de la fusión de las tareas de promoción internacional y de la administración del Fondo de Promoción Turística, bajo el liderazgo y orientación del Ministerio de Comercio Industria y Turismo; no nos costaría más en funcionamiento, muy seguramente menos, gracias a las economías de escala. Ganaríamos más en el sector al tener bajo la misma batuta a quien promueve y a quien forja el producto.

Colombia está pasando nuevamente de los pantalones cortos a los pantalones largos nuevamente en turismo. Ahora requiere la camisa adecuada para los nuevos retos.

Esta entidad también debería abordar el compromiso del correcto uso y aprovechamiento por parte de las empresas, sin importar su tamaño, de la tecnología, y dar apoyo a la innovación en el sector, asuntos que están siendo abordados hoy solo desde la perspectiva de la fuerza invisible del mercado y en función del tamaño empresarial.

No podemos dejar a las mipymes del sector alejada de la tecnología tienen el derecho y el deber de evolucionar.

**Segundo,** Conforme lo planteamos en la instalación de la pasada Vitrina Turística vamos a comprometernos a impulsar la inversión directa en el turismo. Hemos enhorabuena adelantado conversaciones con Proexport y el Viceministerio de Turismo para que tengamos una sección dedicada a este importante asunto en la próxima Vitrina del 2010. Nuestro reto es lograr llevar el mayor número de iniciativas que tengan viabilidad y estén en la disposición de recibir potenciales inversionistas, vengan estos de fondos de capital privado o de pensiones, o inversionistas individuales que estén interesados en el turismo.

**Tercero,** Como complemento a lo anterior es también importante a efectos de poder alcanzar un mejor desempeño que el Gobierno, reviva y aclimate una vieja iniciativa, la de poner en funcionamiento un Consejo Superior de Turismo con activa participación del sector privado desde donde se evalúe y ajuste la política atinente al sector. Por ejemplo que coordine las funciones del gobierno de regulación en transporte con las de desarrollo empresarial y con las de crecimiento en turismo.

Al menos para las agencias de Viajes, como empresas, resulta engorroso tratar unos asuntos, los más delicados, que tienen implicaciones profundas en el desempeño de nuestras empresas y por suyo en el turismo, en solitario con la aeronáutica, y lo decimos sin alusiones a quienes hoy están o a quienes estén en el futuro, porque siempre serán de paso.

**Cuarto,** solicitamos que se le de prioridad a una reglamentación de la reciente ley de compras públicas y al Plan Vallejo.

En el caso de las compras públicas solicitamos se tome consideración de los absurdos a la hora de licitar los viajes del sector publico nacional o local, donde le piden a los agentes de viajes imposibles gratuitos y sin costo para el oferente, o condiciones de plazo que riñen con los que el mismo Gobierno Nacional, a través de la Aeronáutica les impone a los

Agentes para que le paguen a las aerolíneas. Es hora de utilizar las compras públicas, como desde los cincuenta lo hacen en Estados Unidos, para apoyar los ingresos por ventas de las mipymes.

En cuanto al Plan Vallejo es necesario definir su aplicación a las empresas de servicios del sector y en particular para los agentes de viajes como herramienta de apoyo en el camino de la diversificación.

Necesitamos adicionalmente precisiones de reglamentación en el Estatuto Tributario en lo referente a la exención de IVA en el sector servicios. Se busca hacerla practica y darle uso apropiado a este instrumento como herramienta de competitividad.

**Quinto**, Colombia está sometida involuntariamente al casino del tipo de cambio unos meses los que exportan se ríen y otro semestre lloran. Va nuevamente el tipo de cambio camino a una revaluación de conformidad con las señales de vida que se reportan desde el norte. Pedimos los Agentes de Viajes que en la política anticíclicas que se diseñe para exportadores se tenga también en cuenta a los de servicios y en particular a los de viajes y turismo.

Estas cinco propuestas y especialmente los dos delicados asuntos la mesa de concertación, los dejamos a consideración del Gobierno para lo que se disponga, y estamos ahora, como siempre, en disposición de lo que se nos diga.

Señores Agentes de Viajes, abrimos este congreso con esperanza y confiados en el porvenir de sus empresas, en un país donde la seguridad nos permite hoy recuperar la mente de niño, de principiante, de extranjero para darle curso a nuevos emprendimientos en el sector.

No llega cansada a sus sesenta años, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, ni tampoco como se dijera en una Asamblea treinta años atrás, tocando trompetas en retirada.

Muchas Gracias