



Alemania





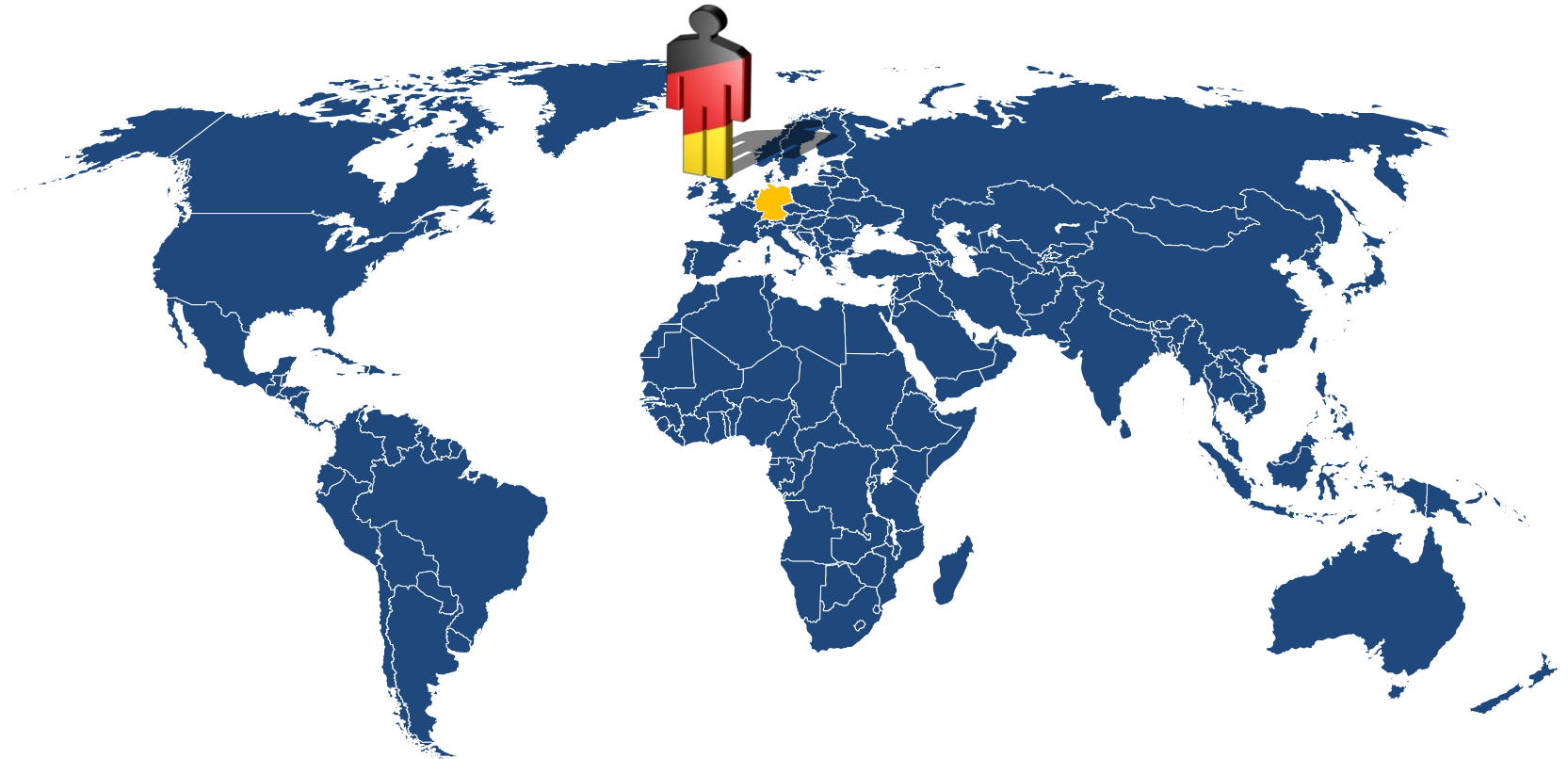
- 1** El mercado de Alemania
- 2** El turista de Alemania
- 3** Canales comerciales y de promoción
- 4** Llegada de los residentes de Alemania a Colombia
- 5** Conectividad aérea
- 6** Recomendaciones para los empresarios

EL MERCADO DE ALEMANIA





ALEMANIA



Población: 80,996,685 (July 2014 est.)

Idioma oficial: Alemán

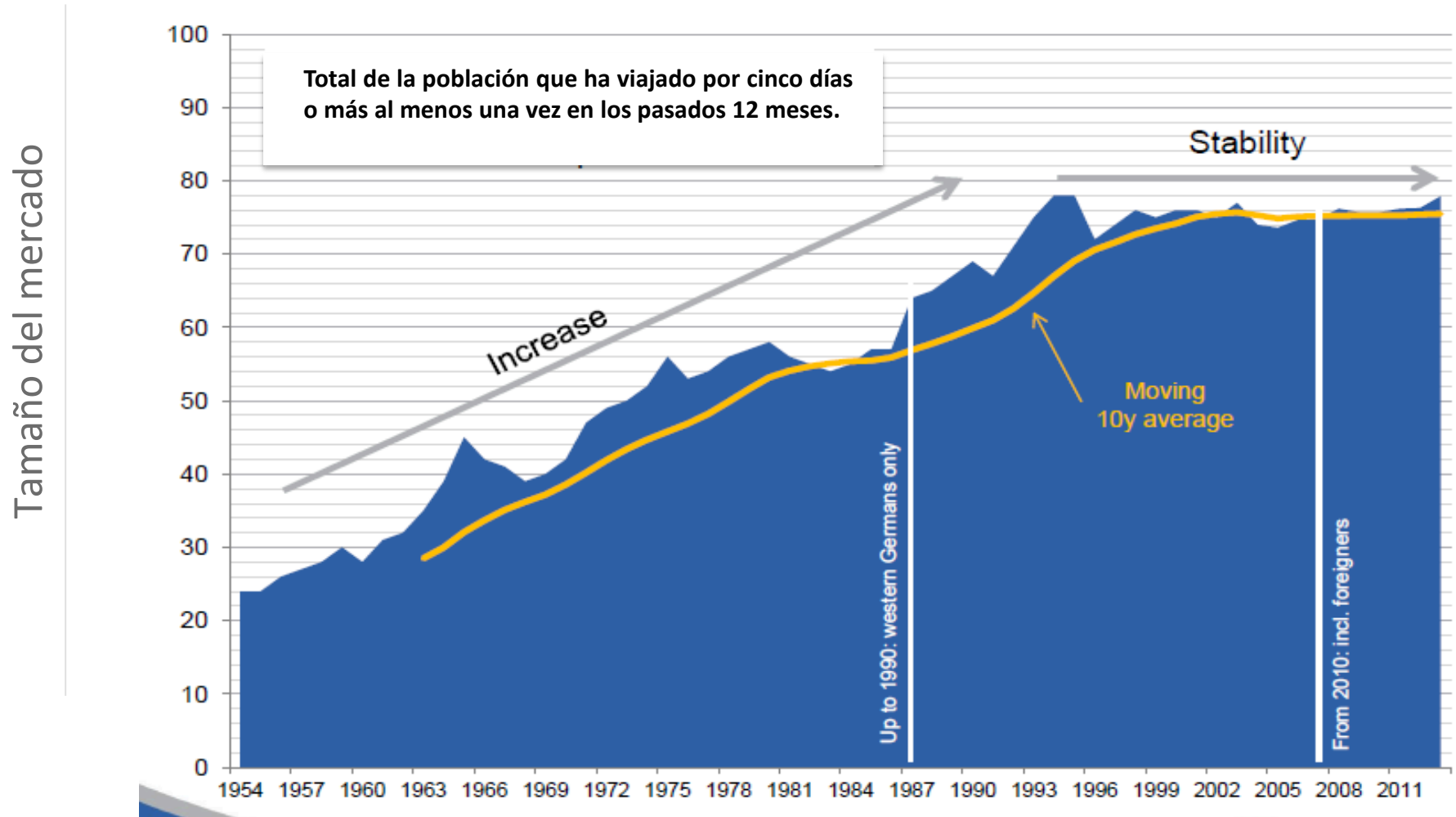
Ciudades con mayor población: Berlin; Hamburgo; Munich

Moneda: Euro

Aerolínea oficial: Lufthansa



Viajar es casi un hábito para los alemanes y este mercado representa el emisor más grande de Europa.



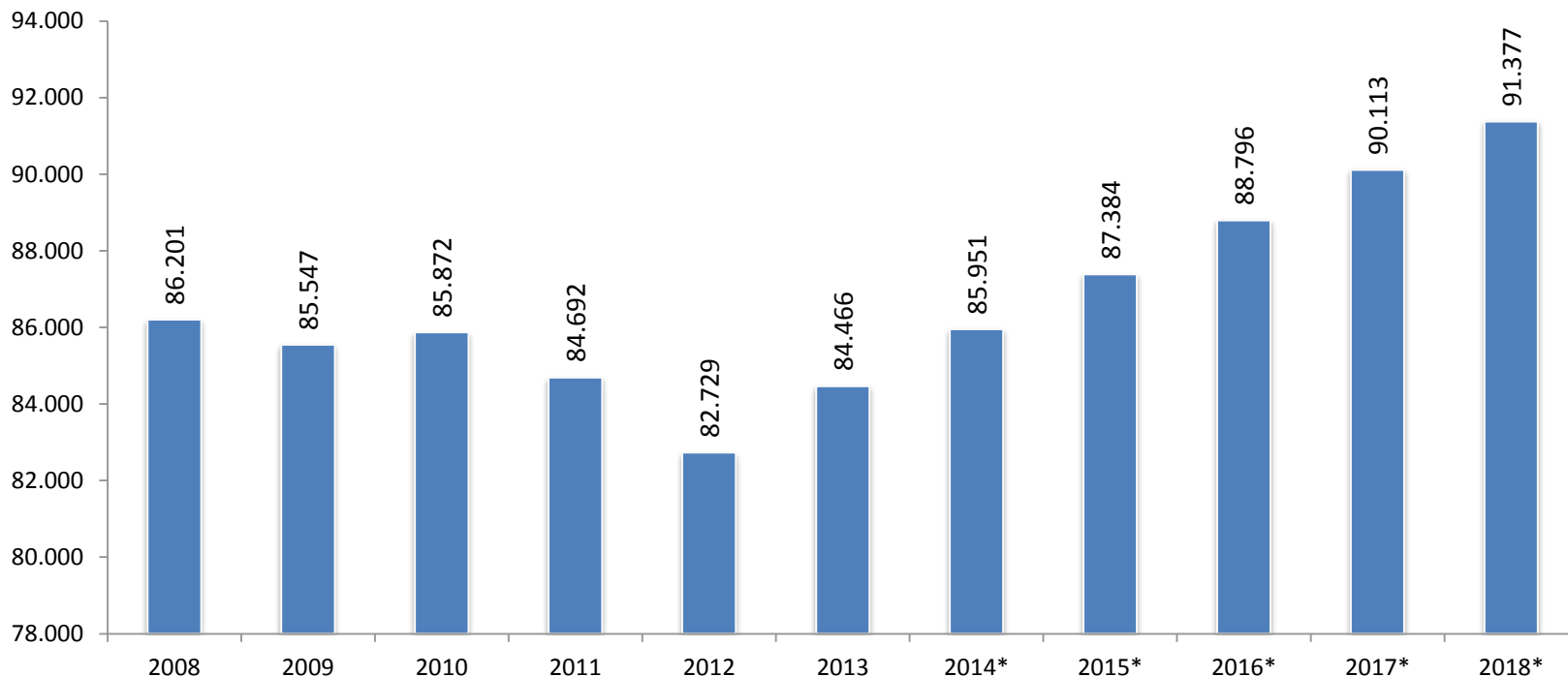


- Según Travel & Tourism Intelligence Center, en 2013 las salidas de los alemanés al mundo tuvieron un crecimiento del 2,1%, alcanzando aproximadamente los 84 millones de viajes.

- Se espera que los flujos de turistas alemanes al exterior crezcan a una tasa CAGR** de 1,54% al pasar de 85,9 millones en 2014 a 91,3 millones en 2018.

Tamaño del mercado

Total viajes de los alemanes al exterior, 2018-2018

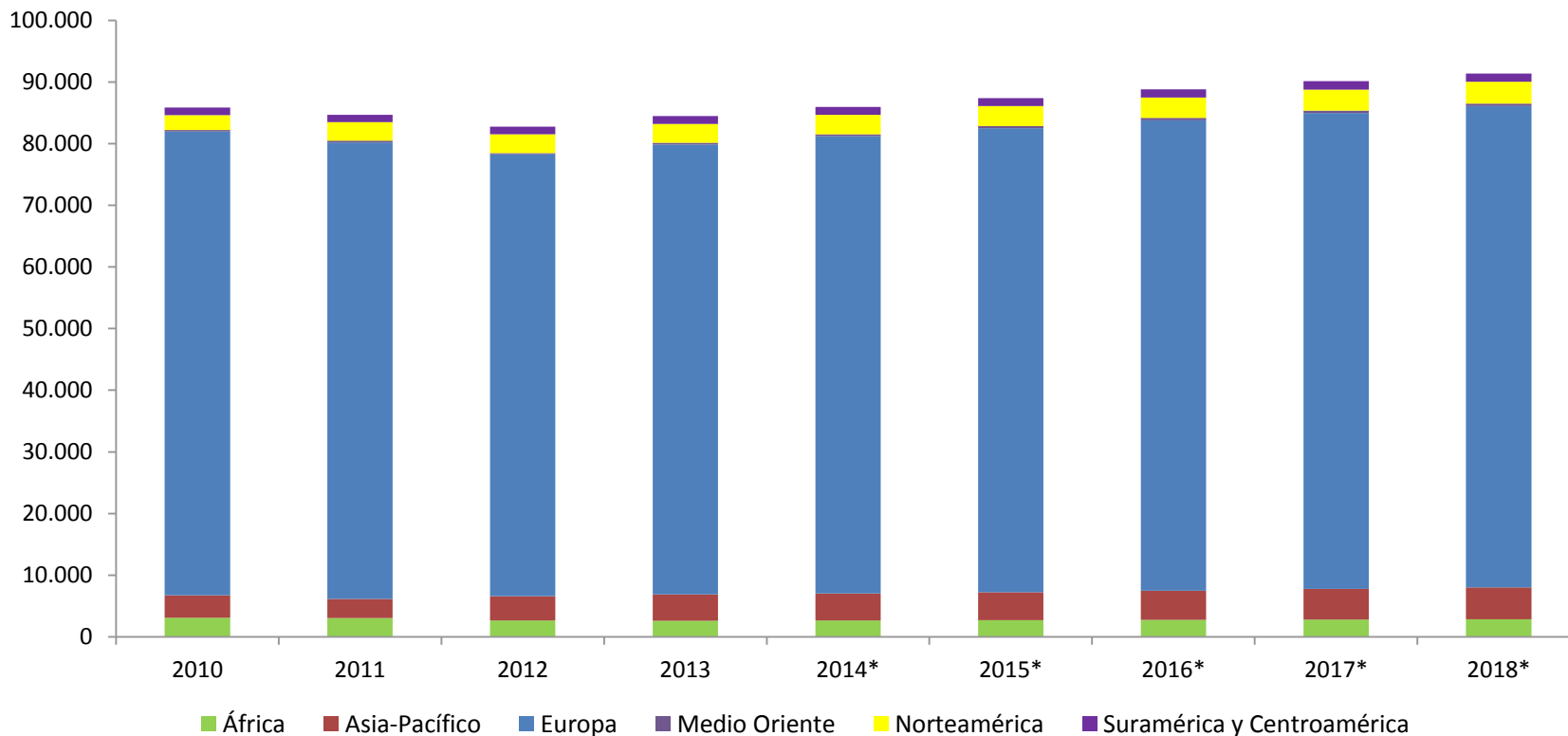




- Los turistas alemanes prefieren países europeos para ir de vacaciones. En 2013 un 86,4% visitaron el viejo continente, un 3,6% Norteamérica, 1,5% Sur y Centro América y África un 3,1%.

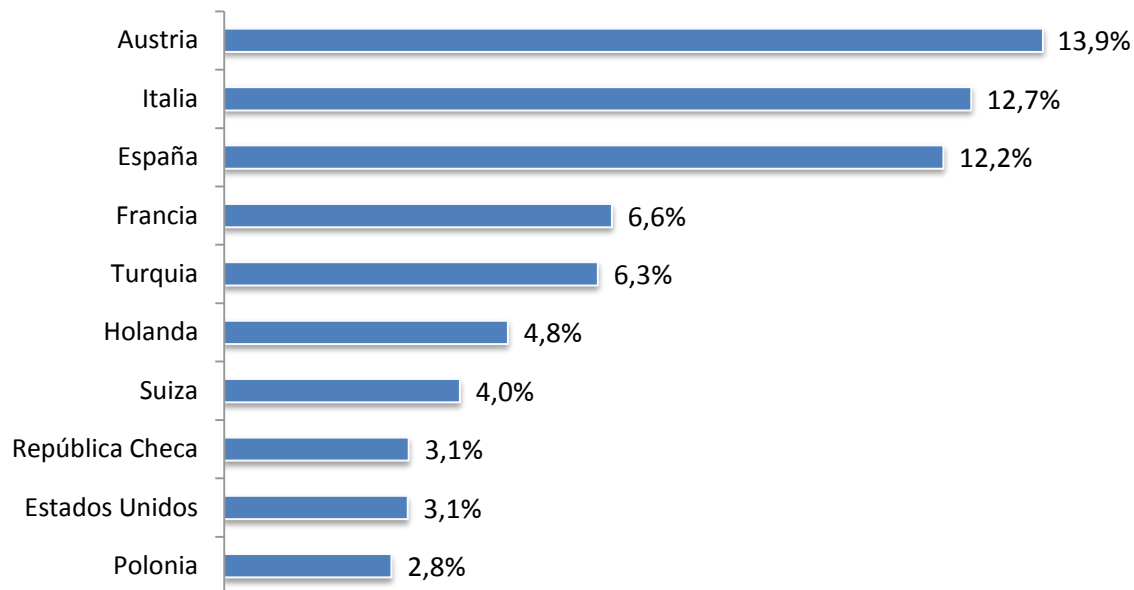
Región destino de los viajes de los alemanes al exterior, 2010-2018

Destinos preferidos



- De acuerdo a Travel & Tourism Intelligence Center, los destinos más populares de los residentes de Alemania en 2013 fueron Austria, Italia, España, Francia y Turquía. Esto muy influenciado por la popularidad de los “viajes cortos” o “*short breaks – city breaks*”.

Top 10 de los países destino de los viajes de los alemanes al exterior, 2015*



Top 10 de los países destino de los viajes de los alemanes al exterior, 2012-2018

Año	Austria	Italia	España	Francia	Turquía	Holanda	Suiza	Estados Unidos	República Checa	Polonia
2012	11.974	10.735	9.957	5.526	4.618	4.064	3.409	2.517	2.447	2.322
2013	12.032	10.882	10.017	5.703	4.710	4.158	3.445	2.575	2.571	2.382
2014*	12.065	10.975	10.297	5.733	5.080	4.187	3.468	2.635	2.640	2.428
2015*	12.125	11.063	10.651	5.743	5.536	4.203	3.492	2.718	2.735	2.477
2016*	12.197	11.121	11.054	5.758	6.032	4.213	3.501	2.826	2.842	2.533
2017*	12.291	11.121	11.439	5.762	6.614	4.242	3.512	2.934	2.983	2.598
2018*	12.372	11.210	11.940	5.769	7.233	4.267	3.517	3.043	3.122	2.641

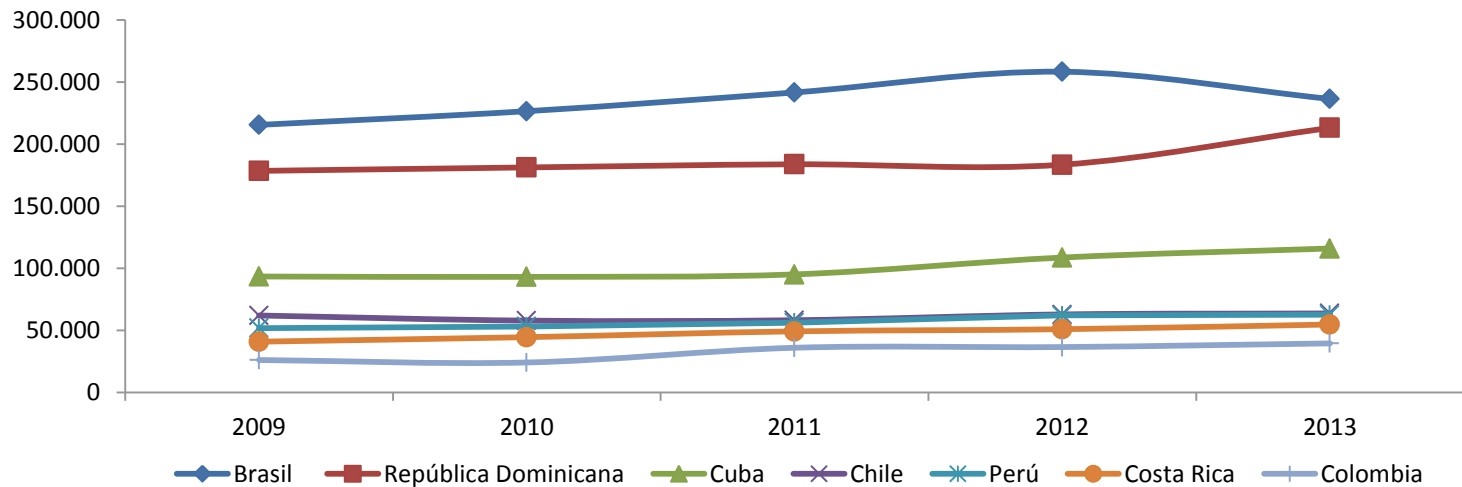


- Durante 2013, según la Organización Mundial del Turismo – OMT, los principales destinos de los viajeros residentes en Alemania en Latinoamérica fueron Brasil, República Dominicana, Cuba, Chile, Perú, Costa Rica y Colombia.

Llegada de los alemanes a los países LA de acuerdo a la OMT, 2009-2013

País	2009	2010	2011	2012	2013
Brasil	215,595	226,630	241,739	258,437	236,505
República Dominicana	178,533	181,318	183,847	183,533	213,233
Cuba	93,437	93,136	95,124	108,712	115,984
Chile	62,006	57,899	58,202	62,891	63,674
Perú	51,864	53,201	56,197	62,051	62,570
Costa Rica	40,918	44,539	49,225	50,938	54,754
Colombia	26,138	24,134	36,010	36,568	39,521

Destinos preferidos



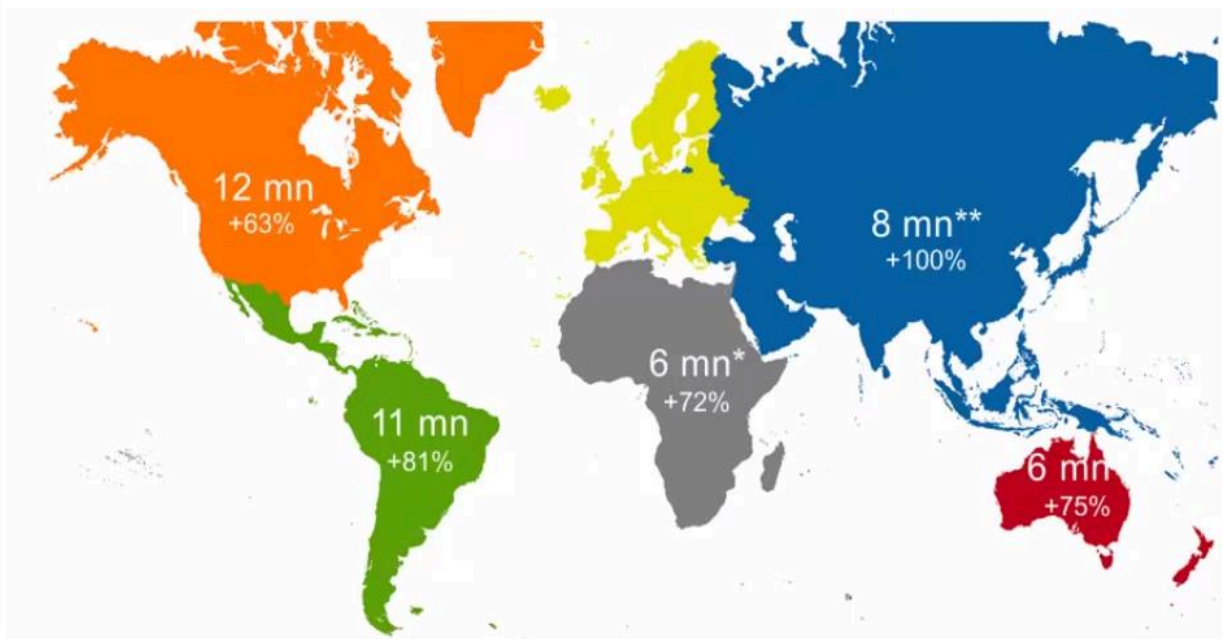


- **La sostenibilidad cobra cada vez mayor importancia.** Acorde a ReiseAnalyse, a lo largo del año 2013 la sostenibilidad fue el factor de decisión más importante para un millón de viajeros en el mercado emisor alemán y para otros seis millones fue uno de los factores que determinó la organización de sus vacaciones.
- **Los city breaks se encuentran en tendencia positiva.** A principios de 2014 , el 43% de la población alemana manifestó interés por ir a una ciudad dentro de los siguientes tres años (ReiseAnalyse 2014)
- **Más cruceristas alemanes.** El mercado de cruceros marítimos sigue creciendo y podría convertirse en el mercado europeo más grande en este sentido.
- **Crece economía colaborativa (sharing economy*).** Plataformas como Wimdu, airbnb y 9ftas ganan cada vez mas popularidad.
- **Auge de los hoteles concepto.** Los clientes alemanes cada vez mas buscan un producto que encaje con su tipología de vacaciones (parejas únicamente, familias, etc.)



- **Crece el interés por Asia y América del Sur.** De acuerdo a ReiseAnalyse 2014, para 2014-2016 existen 11 millones de personas con interés en visitar América Latina, destacándose México con un 7% de participación dentro de esta región.

Interés en los destinos turísticos de larga distancia 2014-2016



- Viajeros alemanes están cada vez más interesados en viajar a destinos menos conocidos, que es una aventura en sí misma.

- **El crecimiento en los grupos demográficos de mayor edad.** Por ejemplo, los "nido vacío" que están cada vez más interesados en las vacaciones y puede pagar por un buen alojamiento y nuevas experiencias.



EL TURISTA DE ALEMANIA
consumidor





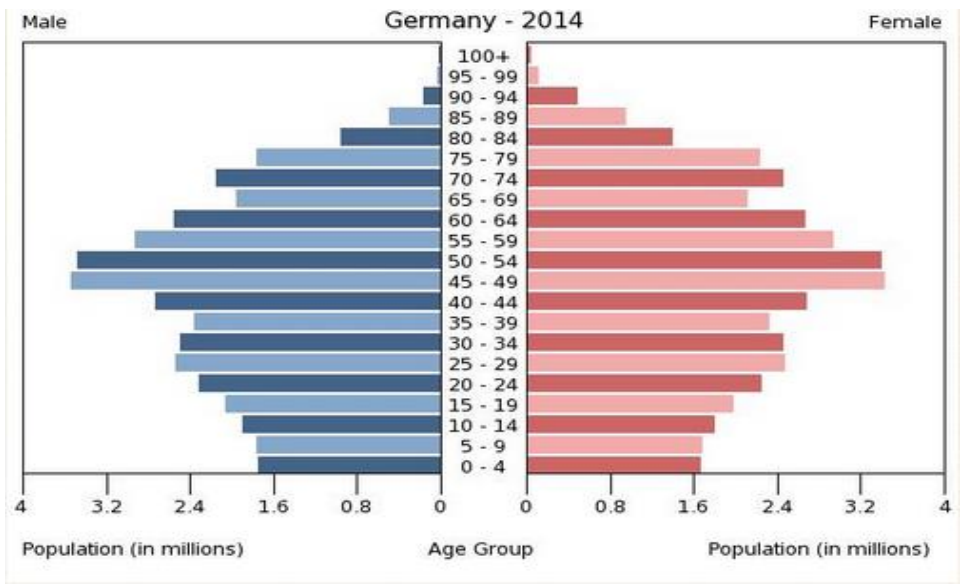
¿Quiénes son?

- Los alemanes en general son viajeros experimentados.
- Quieren explorar nuevos lugares y aprender sobre otras culturas y son a menudo los primeros en ir a un nuevo destino.
- El promedio de edad de los alemanes de acuerdo al World Factbook es de 46 años.
- La población alemana esta compuesta en un 91,5% por alemanes, 2,4% por Turcos y un 6,1% de otras nacionalidades*.
- Los alemanes aprenden ingles como primer lenguaje extranjero en el colegio por lo que la mayoría de jovenes lo hablan con un nivel alto.
- En promedio tienen 30 días de vacaciones las cuales pueden a llegar a ser de 40 dependiendo del estado en el que se encuentren. Además, para los alemanes las vacaciones son muy importantes al ser consideradas necesarias para escapar del estrés y tener nuevas experiencias.**
- El consumidor alemán mantiene el viaje vacacional como una prioridad de consumo con poca dependencia de la coyuntura económica, especialmente si se trata del viaje principal del año.





¿Quién es? -Edad de los viajeros



- **0-14 años: 13%**
(hombres: 5,386,525/ mujeres: 5,107,336)
- **15-24 años: 10.6%**
(hombres 4,367,713/mujeres 4,188,566)
- **25-54 años: 41.7%**
(hombres 17,116,346/ mujeres 16,664,995)
- **55-64 años: 13.6%**
(hombres 5,463,221/mujeres 5,574,166)
- **65 años y más: 20.9%**
(hombres 7,468,552/mujeres 9,659,265)

- Acorde a ReiseAnalyse 2014, en el año 2013 **48% de los viajeros alemanes se ubican por encima de los 50 años** y se espera que el porcentaje pueda llegar a ser más del 50% .

Distribución por edades viajes en 2013*



*Fuente: ReiseAnalyse – 2014. Solo incluye población de habla alemana por encima de los 14 años de edad y viajes de más de 5 días.

Fuente: World Factbook: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gm.html>

Jóvenes (nivel ingresos y tiempo disponible)

- **Entre los 18 – 30 años** desean viajar por un periodo largo después del estudio o trabajo, tienen un pequeño presupuesto y les gusta participar con las comunidades locales.
- **Entre los 31 – 44 años:** son la fuerza laboral activa y disponen de un limitado espacio de vacaciones y por ende desean realizar muchas actividades en este tiempo.

Mayores de 50 años

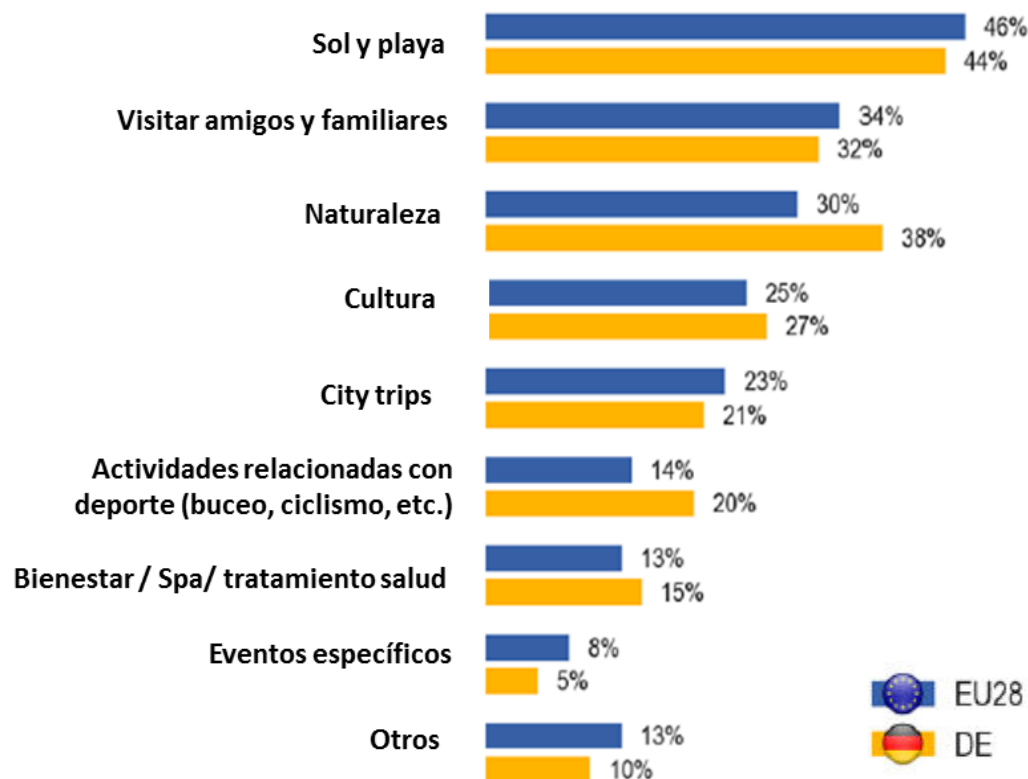
- **Personas nacidas entre 1945-1964:** Tienen tiempo, dinero , disfrutan de una buena salud, son curiosos de experimentar nuevas cosas. Tienen a viajar en temporadas bajas por su flexibilidad en el manejo del tiempo.



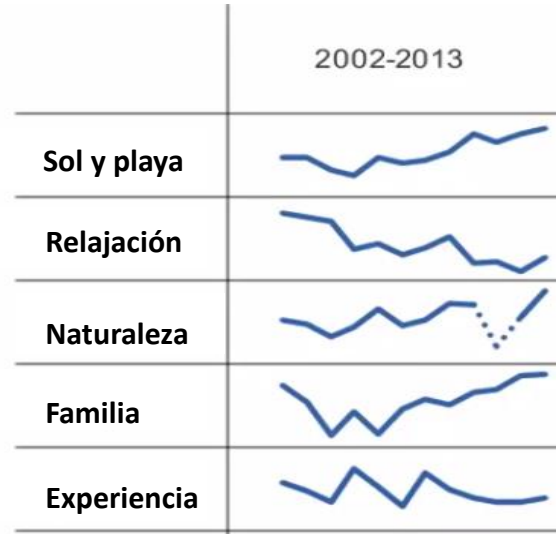
Motivo de viaje – Deseo de viajar

El motivo principal de los viajes internacionales realizados por los alemanes es el ocio (69%), seguido de los viajes de negocios (16%) y de visitar a familiares y amigos (13%)*.

Principales razones para ir de vacaciones en 2013



- Los alemanes son grandes consumidores de sol, playa y naturaleza. Lo cual coincide con el estudio presentado por ReiseAnalyse 2014, que menciona que los alemanes continúan con la tendencia de buscar destinos de sol y playa, viajes relacionados con la naturaleza y que les permita vivir experiencias interesantes.

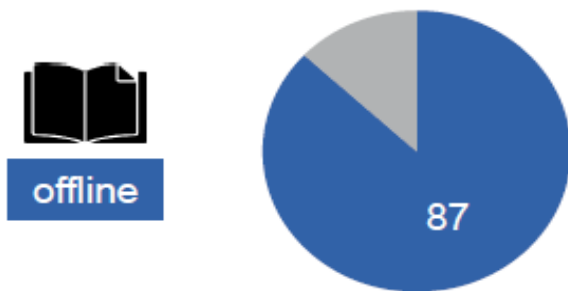


Fuente: *Timetric / Flash Eurobarometer Alemania – quienes viajaron 4 noches consecutivas



De acuerdo a ReiseAnalysis 2014:

- Las recomendaciones personales continúan siendo muy importantes en el momento de seleccionar el destino para las vacaciones pese al aumento del uso de internet.
- Para 2012, El 87% uso al menos una vez una fuente Offline mientras planeaba sus vacaciones y un 51% internet.

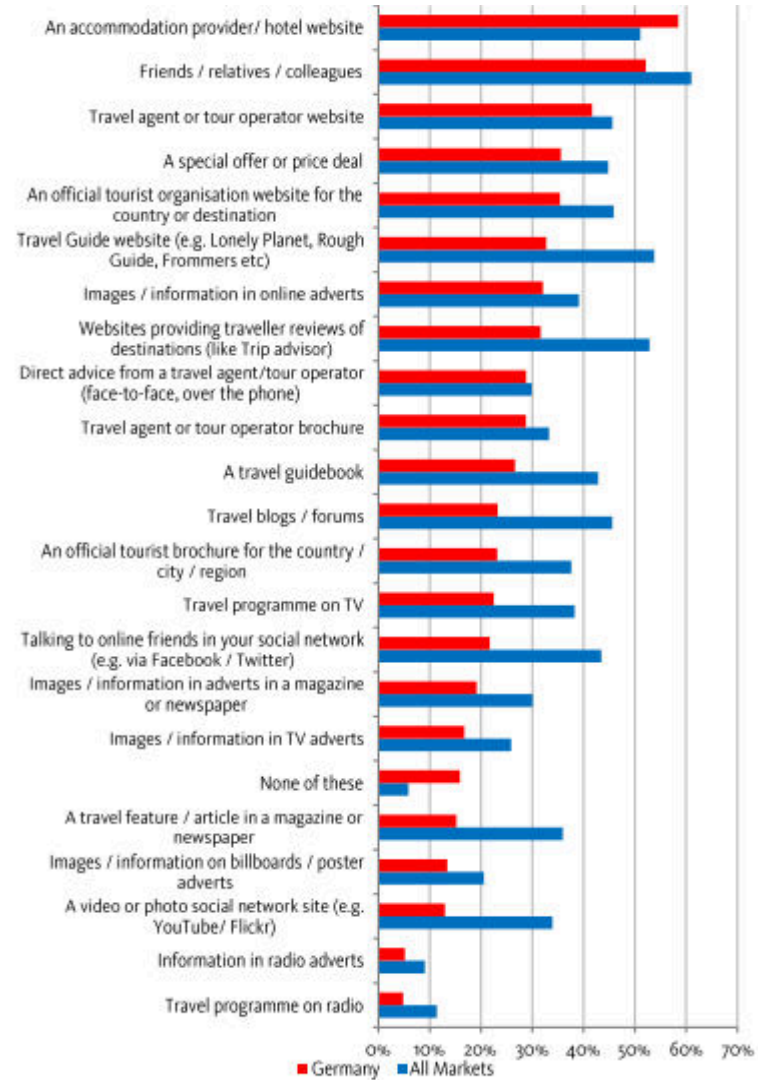


- La búsqueda online previa al viaje ha aumentado, especialmente en el segmento de los más jóvenes. El viajero alemán suele informarse muy bien acerca del destino antes de viajar.

Búsqueda de la información



- Los alemanes gastan aproximadamente dos semanas seleccionando sus destinos y deciden aproximadamente tres meses antes del inicio del viaje.
- Acorde con *Visit Britain* lo que más influencia la toma de decisión de la elección del viaje son:
 1. Página web del hotel
 2. Recomendación de amigos y familiares
 3. Página web del tour operador
 4. Una oferta especial
 5. Página oficial de la entidad de turismo del destino
- La sostenibilidad es un factor que esta empezando a tener relevancia en la decisión de los viajes, pero el 55% opina que no debe tener un sobre costo el que las vacaciones sean sostenibles

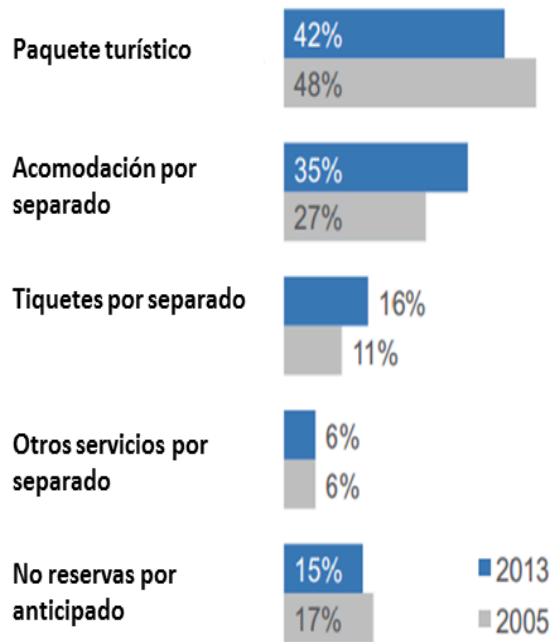




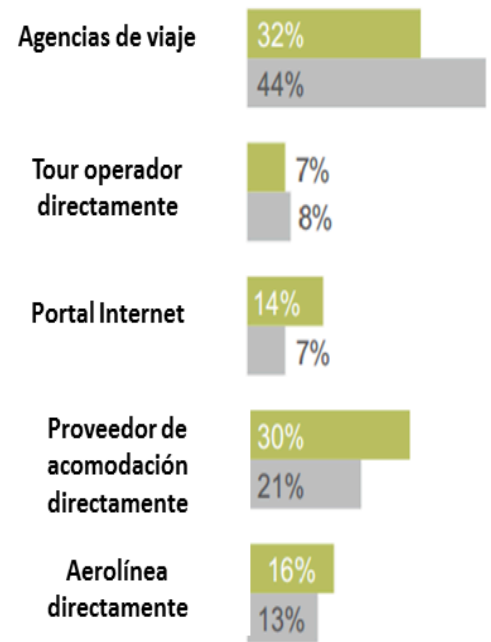
Organización del viaje

- Existe una tendencia de los consumidores en reservar sus vacaciones de manera separada (compra de tiquete, alojamiento y otros servicios por aparte). No obstante aún el paquete de vacaciones sigue siendo mas utilizado cuando de viajes se trata pese a que esta perdiendo participación y las agencias de viajes el canal mas importante de reservas. (Reiseanalyse 2014)

Organización



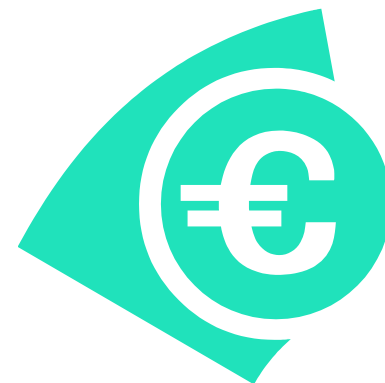
Canal de reserva



- A los alemanes les gustaría tener asesoramiento y seguridad en sus reservas: buscan información en Internet pero prefieren reservar a través de una agencia de viajes u operador turístico en Alemania especialmente el grupo de +40.
- El mercado emisor alemán esta enfrentando un cambio a favor de las reservas directas.



- De acuerdo a la OMT, Alemania se ubica como el tercer país que más gasta después de China y Estados Unidos.
- Acorde a Timetric el gasto promedio día de un turista alemán en viajes internacionales (\$ USD) en 2014 es de \$ 194 USD.



Gasto promedio día de un turista alemán en viajes internacionales (\$ USD)*

2013	2014	2015	2016	2017
\$ 187	\$ 194	\$ 204	\$ 218	\$ 232

- Agosto y septiembre suelen ser los meses en los que más viajan los residentes alemanes.





CANALES COMERCIALES Y PROMOCIÓN





- **En Alemania los tour operadores están concentrados en cuatro grandes grupos que concentran más del 50% de las ventas en el país.** TUI Alemania es el líder con porcentaje aproximado del 17,7%, otros tour operadores son Thomas Cook, DER Touristik, Alltours y FTI Group.
- También cuenta con tour operadores especializados en nichos de aventura o naturaleza que aprecian la flexibilidad.

INDIRECTO

- Touroperadores viajes a la medida
- Touroperadores viajes estándar (catálogos salidas únicas)
- Portales web del tour operador alemán

DIRECTO

- Portal web del operador Colombiano



- a&e reiseteam: <http://www.ae-erlebnisreisen.de/>
- Abenteuerteam.de : <http://abenteuerteam.de/>
- Alternative Tours: <http://www.alternativ-tours.de/>
- América Tours: <http://www.ameria-tours.de>
- **América Andina***: www.america-andina.de
- Art of Travel: <http://www.artoftravel.de>
- **Aventoura***: <http://www.aventoura.de>
- Bavaria Fernreisen: <http://www.bavaria-fernreisen.de>
- Berge & Meer: <http://www.berge-meer.de>
- Chili Reisen: <http://www.chili-reisen.de>
- Colibri Umwelt Reisen: <http://www.colibri-travel.de>
- Cono Sur: <http://www.conosur.eu>
- Conti-Reisen: <http://www.reiseideen.conti-reisen.de>
- DeLaRe Reisen: <http://www.glsnetcat.de>
- Dertour: <http://www.dertour.de/>
- DIAMIR-Erlebnisreisen: <http://www.diamir.de>
- Djoser Reisen: <http://www.djoser.de/>
- Dr. Düdder Reisen: <http://www.duedderreisen.de>
- Eberhardt Travel: <http://www.eberhardt-travel.de>
- Esperanza Tours: <http://www.esperanza-tours.de>
- Gateway Brazil: <http://www.gateway-brazil.de>
- Gebeco: <http://www.gebeco.de>
- Geoplan Touristik: <http://www.geoplan-reisen.de>
- Hajo Siewer Jet-Tours: www.hajosiewer.de
- Hauser exkursionen international: <http://www.hauser-exkursionen.de>
- Ikarus Tours: <http://www.ikarus.com>
- Joven Tour: <http://www.joventour.de>
- Karawane Reisen: <http://www.karawane.de>
- Kiwi Tours: <http://www.kiwitours.com>
- KonTour Exklusiv Reisen: <http://www.kontour-travel.com>
- Lernidee Erlebnisreisen: <http://www.lernidee.de/>
- Lothar Kögel Studienreisen: www.koegelreisen.de
- Neckermann: <http://www.neckermann-reisen.de>
- Ruppert Brasil: <http://www.ruppertbrasil.de>
- Santana Travel: <http://www.santanatravel.de>
- Schulz Aktiv Reisen: <http://www.schulz-aktiv-reisen.de>
- Sommer Fernreisen: www.sommer-fern.de
- STA Travel: <http://www3.statravel.de>
- Südamerika-Line Fernreisen: www.suedamerika-line.de
- T&P Erlebnisreisen: <http://www.madagaskarreisen.com>
- Take Off Erlebnisreisen: <http://www.takeoffreisen.de>



- **International Travel Trade Show (ITB)** - <http://www.itb-berlin.com>
- **Tour Natur** - <http://www.tournatur.com>
- **CMT The Holiday Exhibition** - <http://www.messe-stuttgart.de/cmt>
- **IMEX**: <http://www.imex-frankfurt.com/>





- ADAC Reisemagazin - <http://media.adac.de/>
- Geo Saison - http://www.geo.de/GEO/heftreihen/geo_saison/
- Reise und Preise - <http://www.reise-preise.de/>
- Verträglich Reisen - <http://www.vertraeglich-reisen.de>
- Abenteuer und Reisen - <http://www.abenteuer-reisen.de>
- Outdoor - <http://www.outdoor-magazin.com>

Revistas de turismo





- **German Travel Association (DRV):** Es la organización más grande de agencias y tour operadores del país. <http://www.driv.de> .
- **Forum Anders Reisen:** Asociación de 139 operadores comprometidos con el turismo sostenible. <http://forumandersreisen.de/>.
- **Association for Small and Medium-sized Tour Operators and Travel Agencies (ASR):** <http://www.asr-berlin.de/>





LLEGADAS DE RESIDENTES DE ALEMANIA A COLOMBIA

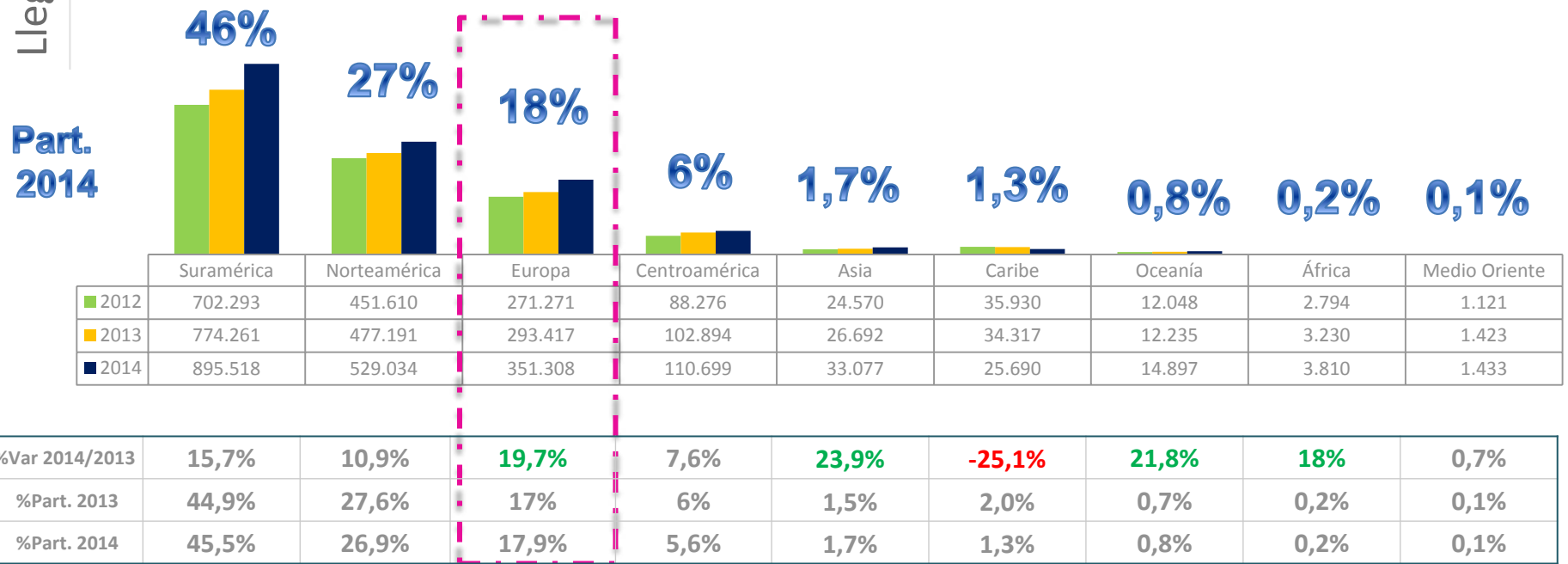




Llegadas por región

- El principal emisor para Colombia es Suramérica con un 46% de la participación en los viajeros.
- Entre el 2013 y el 2014 Europa tuvo un crecimiento del 19,7% en la emisión de viajeros a Colombia.

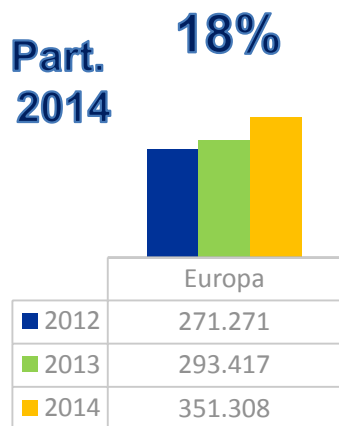
Llegadas de viajeros extranjeros por región 2012 – 2014



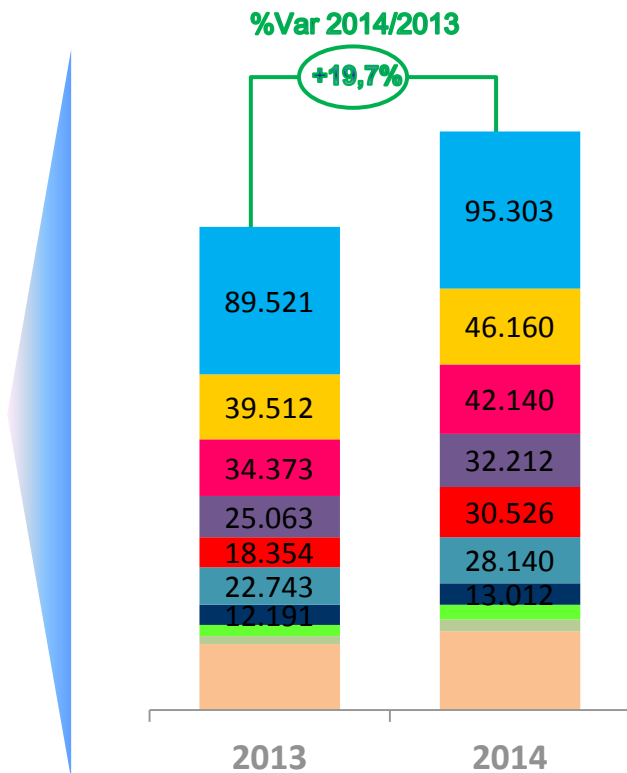


- Alemania es el segundo emisor de la región europea para Colombia y tuvo una participación de 13,1% en el 2014 respecto al total de llegadas provenientes de Europa.

- La llegada de viajeros residentes en Alemania ha tenido una tendencia positiva. A cierre de 2014 creció 16,8% en comparación a 2013.



%Var 2014/2013	19,7%
%Part. 2013	17%
%Part. 2014	17,9%



	Var 2014/2013	Part. 2013	Part. 2014
■ España	6,5%	30,5%	27,1%
■ Alemania	16,8%	13,5%	13,1%
■ Francia	22,6%	11,7%	12,0%
■ Reino Unido	28,5%	8,5%	9,2%
■ Holanda	66,3%	6,3%	8,7%
■ Italia	23,7%	7,8%	8,0%
■ Suiza	6,7%	4,2%	3,7%
■ Israel	29,4%	2,3%	2,5%
■ Portugal	53,6%	1,6%	2,1%
■ Resto	19,0%	13,7%	13,6%
Total	19,7%	100%	100%



Llegadas por países

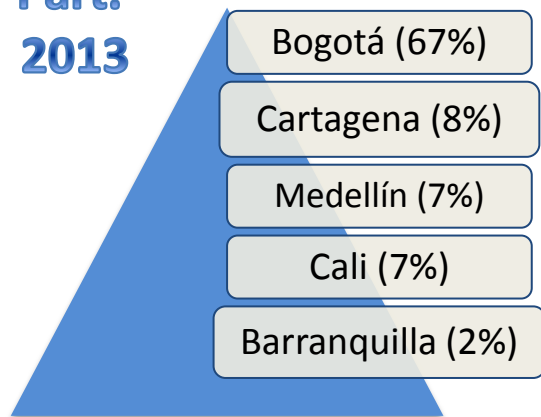
- Alemania tuvo una participación de 2,3% sobre el total de llegadas al país a cierre de 2014 y se ubico como el decimo emisor de turistas hacia Colombia.



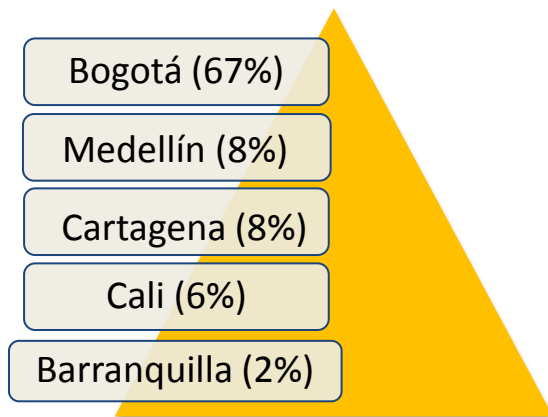


- Las ciudades que más declaran como destino principal los residentes de Alemania en su llegada al país son Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali y Barranquilla.

Part. 2013



Part. 2014



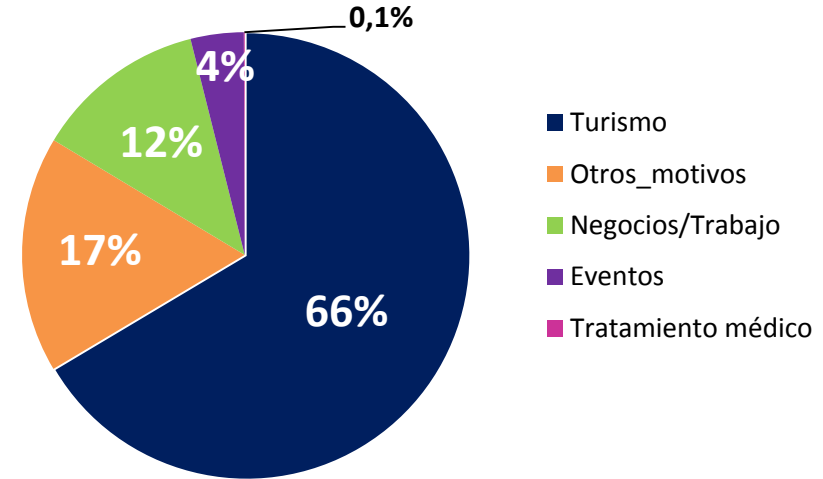
Ciudad	2012	2013	2014
Bogotá, D.C.	24.332	26.276	31.045
Medellín	2.374	2.877	3.585
Cartagena	3.020	3.132	3.488
Cali	2.304	2.584	2.847
Barranquilla	781	948	1.045
Santa Marta	630	646	581
Bucaramanga	349	277	303
Pereira	257	237	290
Leticia	158	173	262
San Andrés	245	213	255
Otros	2.109	2.149	2.459
Total	36.559	39.512	46.160

Ciudad de destino

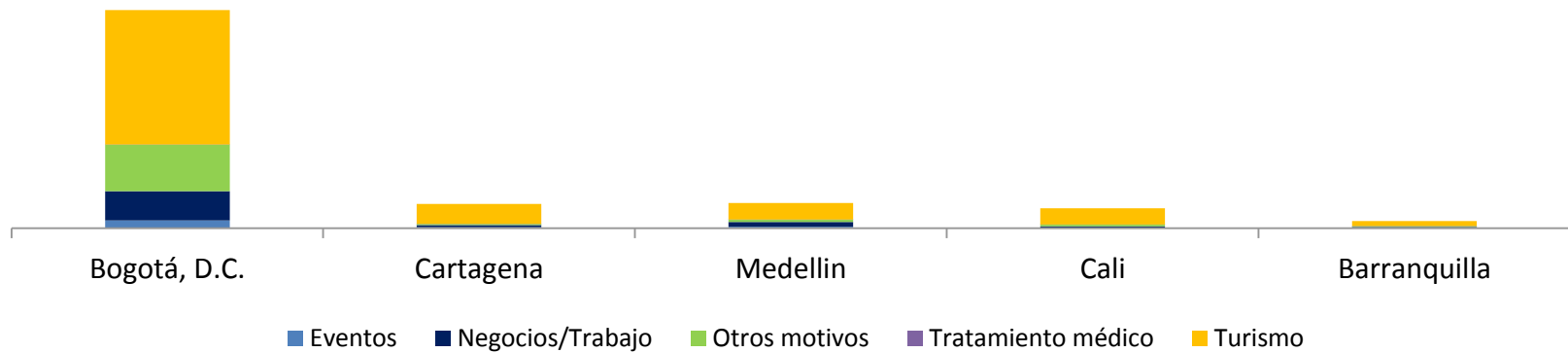


- Los residentes de Alemania que llegan al país declaran que su principal motivo de viaje es turismo.

Motivo de viaje residentes en Alemania, 2014



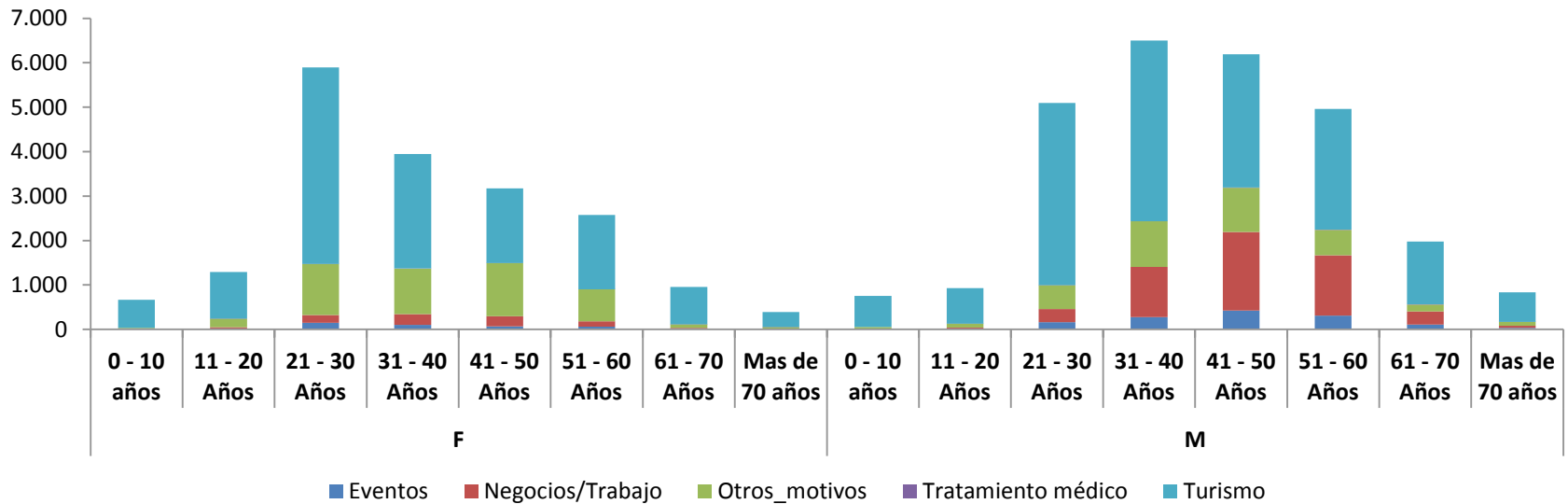
Motivo de viaje residentes en Alemania por ciudad de destino, 2014





- En 2014, el 59,1% de los residentes de Alemania que visitaron Colombia fueron hombres y el 40,9% mujeres. El 46,5% de los visitantes estuvo entre los 21 y 40 años de edad.
- El motivo principal de las mujeres que visitaron el país fue realizar turismo, mientras que en el género masculino se presentó mayor participación de negocios y trabajo.

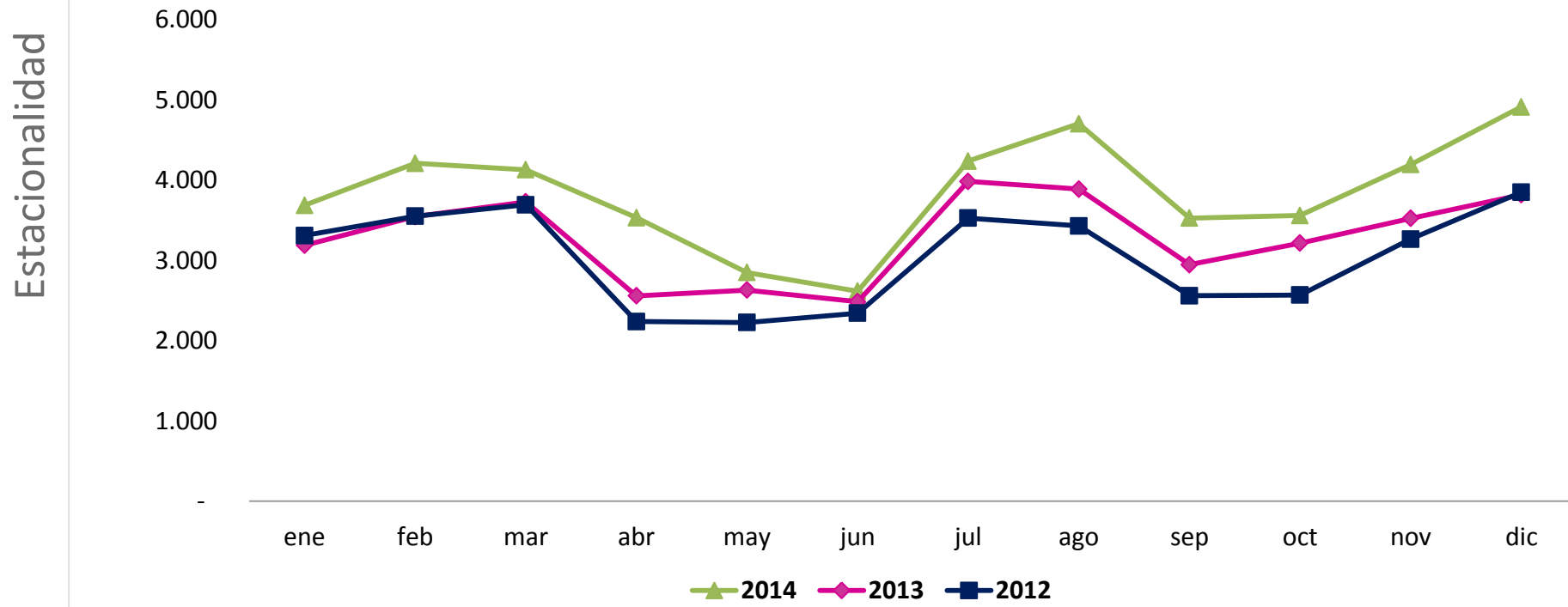
Motivo de viaje residentes en Alemania por rango de edad y género, 2014





- Los meses de marzo, julio, agosto y diciembre son los más dinámicos en la llegada de turistas residentes de Alemania a Colombia.

Estacionalidad de los viajeros residentes de Alemania 2012-2014



CONECTIVIDAD AÉREA





Conectividad aérea



Colombia tiene conexión directa con Alemania a través de 7 frecuencias semanales las cuales generan una oferta de 2.282 sillas.



RECOMENDACIONES PARA LOS EMPRESARIOS





- Tenga en cuenta que la innovación en la oferta que realiza es vital y que de acuerdo a la diferenciación que logre obtener en su producto mayor probabilidad que llame la atención de los mayoristas.
- Actividades que sean enfocados a Naturaleza/Aventura pueden llegar a ser muy atractivas para este mercado, sobretodo teniendo en cuenta que unas de las cosas que más valoran del país es su diversidad.
- Defina el segmento de mercado al que desea llegar y desarrolle su producto teniendo en cuenta sus necesidades y expectativas, es diferente lo que espera un joven a un adulto mayor aunque los dos son viajeros activos.
- Vivir experiencias auténticas es muy importante para las personas interesadas en turismo de naturaleza o aventura, prepare su producto teniendo esto presente.
- Los viajeros de naturaleza tienden a seleccionar hoteles de pequeña escala y en lo posible en el entorno natural (esto no significa no tengan la infraestructura básica)
- El manejo del turismo sostenible cobra cada vez mayor importancia para poder realizar negocios con los mayoristas, por lo que trabajar en este sentido se hace casi una obligación, sobre todo para aquellos enfocados en la promoción de productos de naturaleza.
- Ellos se autoanalizan como responsables del impacto que tienen ambientalmente por lo que sería interesante que se les otorgara información sobre como ser mas sostenibles en cada destino.



- Tenga en cuenta que los guías deben hablar como mínimo inglés, pero es preferible que se puedan comunicar en alemán sobretodo para las personas mayores.
- Los itinerarios flexibles han incrementado su popularidad y los tour operadores de Alemania necesitan operadores que puedan responder a dicha necesidad.
- Construya una buena relación costo/ beneficio de su producto, pero trate de tener en mente que los competidores no solo están en Suramérica sino en los países asiáticos.
- La organización del itinerario de su producto debe ser la más alta. Los alemanes exigen respeto por su tiempo por lo que ser puntual en las actividades es importante, así mismo cumplir la agenda demuestra profesionalismo.
- La seguridad es un aspecto primordial en las actividades de aventura y en la naturaleza. Guías especializados o con certificaciones son muy importantes, así como demostrar que se es capaz de atender cualquier emergencia que pueda surgir dentro del desarrollo de las actividades planeadas.



- Cree una página web de alta calidad (fotos, información precisa) y amigable en la navegación con el usuario. Manténgala actualizada con las ofertas vigentes de los productos y tenga presente que se pueda leer en inglés y alemán. Si ha obtenido algún premio destáquelo ya que esto puede respaldar su producto.
- Tenga presente que su página web se pueda acceder desde teléfonos móviles o tabletas ya que esto permitirá que los viajeros más jóvenes consulten con mayor facilidad a ver sus productos.
- Sea coherente entre lo que muestra en el espacio virtual y lo que realmente va a encontrar el turista en el espacio físico. Recuerde que lo que promociona genera expectativas y si estas no se cumplen su producto puede ser catalogado de baja calidad.
- Este atento a los comentarios que están publicados de su empresa en la red. Recuerde que los viajeros suelen buscar y verificar información en internet antes de hacer una reserva.
- Si su establecimiento es de alojamiento no olvide promocionar si esta segmentado sobre algún tipo especial de la población (parejas, familias, etc.)
- Dada la importancia que tiene la sostenibilidad para estos turistas, puede ser una buena estrategia el comunicar el trabajo que se realiza con la comunidad o el apoyo que se esta dando a la misma.
- La percepción de seguridad, el desconocimiento sobre la oferta de Colombia son algunas de las principales restricciones que tienen los alemanes para viajar al país, tenga en cuenta lo anterior para crear un mensaje llamativo y que contrarreste los temores de los viajeros.
- Enfatique en su producto que es lo autentico y diferente que tiene.
- Si asiste a alguna feria a promocionar su producto planee con anticipación los objetivos de asistir a la misma y prepárese para ésta (quienes son los visitantes, cuál es tema principal, etc.). No olvide hacer seguimiento de los contactos .



- Las certificaciones son inversiones que pueden apoyar la consecución de negocios. En temas de sostenibilidad para algunos tour operadores ya es un requisito obligatorio, por lo que tenerlas es importante para comercializar sus productos. Algunas certificaciones reconocidas en el mercado alemán son: Green Globe, Rainforest Alliance, Travelife y TourCert. No olvide que en Colombia entró en vigencia la Resolución 2804 de 2014 por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de normalización sobre sostenibilidad turística.
- Responda sus correos y requerimientos dentro del tiempo acordado con los empresarios, eso proyectará una imagen profesional y seria de su empresa. De igual manera actúe con sus clientes, los viajeros pueden evaluar otras alternativas sino reciben respuestas de manera rápida.
- Respalde su estructura organizacional como mínimo con 5 personas, de manera que el tour operador pueda confiar que si una persona falta otras podrán responder por los compromisos adquiridos.



- Alemania es el primer emisor de viajeros al mundo
- Alemania es el tercer país que más gasta después de China y Estados Unidos.
- Los alemanes son grandes consumidores de sol y playa, naturaleza y aventura.
- La anticipación de compra está entre 3 a 6 meses y aunque los paquetes turísticos están perdiendo un poco su vigencia continúan siendo la manera más usada de organización del viaje.
- Colombia tiene un enorme potencial de atraer viajeros alemanes apalancado en su gran biodiversidad, la cultura y su gente.

MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다
MERCI THANK YOU
ありがとう MERCI
DANKE 감사합니다
MERCI THANK YOU
L GRACIAS R
DANKE СПАСИБО
谢谢 TEŞEKKÜRLER
MERCI OBRIGADO
DANKE СПАСИБО
谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN