

Perfil de

BIENESTAR



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

2015



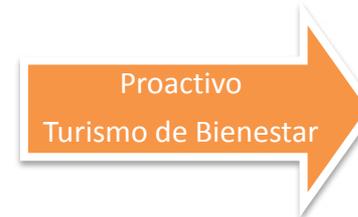
Definición

- ❑ La palabra wellness ha entrado en el léxico desde los 70's y desde hace aproximadamente 10 – 15 años atrás ha tenido un crecimiento exponencial en popularidad.
- ❑ Viajes con el objetivo primordial de realizar: actividades encaminadas al cuidado, a sentirse bien recibiendo tratamientos alternativos, a descansar.
- ❑ Se considera al bienestar como un estado integral, de cuerpo, mente, y espíritu. Dicho de otro modo, sentirse bien con uno mismo, en equilibrio pleno. Así es como a través del turismo, se puede viajar, conocer nuevas culturas, relacionarse y realizar tratamientos específicos con la guía de profesionales que enseñarán el camino al **BIEN ESTAR CONSIGO MISMO.**

Turismo de Bienestar



Diferencia entre T. bienestar y T. médico



Turismo Médico

US\$50 – 60 miles de millones en gasto.

Generalmente la gente que está enferma.

Viajar para recibir tratamiento a una enfermedad, condición o buscar mejoría.

Motivado por: bajo costo, mayor calidad, mejor acceso porque el tratamiento no lo encuentra en su país de origen.

Las actividades son reactivas a las enfermedades, médicamente necesarios, invasivo, y / o supervisado por un médico.

Turismo de Bienestar

US\$139 miles de millones en gasto.

Generalmente la gente que está sana.

Viajar para mantener, adquirir o manejar un concepto de bienestar y salud.

Motivado por: el deseo de vivir sano, prevenir enfermedades, reducir el estrés, manejo de malos hábitos alimenticios o una experiencia auténtica.

Las actividades son proactivas, voluntarias, no invasivas y no médicas en su naturaleza.

Turismo de Bienestar



Característica de producto

- El turismo de bienestar es un segmento de alto nivel y normalmente se asocia a un servicio 5 estrellas, sin embargo, la inclinación de los consumidores por este tipo de programas se da en todas las clases sociales. Muchas personas ahorran para poder llevar a cabo este tipo de experiencias. En esta medida, hay un mercado muy interesante para turismo de bienestar en el segmento de clase media.



Actividades en turismo de bienestar



- Las actividades que se pueden realizar en turismo de bienestar son diversas y dependen del aspecto que se quiera trabajar, el Programa de Transformación Productiva en el plan de negocio evidenció las siguientes:



Cifras de Turismo de Bienestar



- El gasto del turismo en el mundo **aporta US\$ 3,2 trillones** a la economía turística mundial, de este aporte, **el turismo de bienestar participa con 14%** (438,6 billones) de todos los gastos nacionales e internacionales.
- El turismo de bienestar **doméstico*** **representa 84% de los viajes de bienestar, siendo éste mayor al turismo de bienestar internacional**.**
- En la industria de turismo de bienestar, el gasto de este nicho se compone principalmente por el **turismo de bienestar doméstico 68%** mientras que el **turismo de bienestar internacional participa con 32%** sobre el total del gasto.
- Se proyecta un **tasa de crecimiento de más de 9% por año hasta 2017.**
- Genera **11,7 millones de trabajos**

PROCOLOMBIA.CO



PROCOLOMBIA

Fuente: The Global Wellness Tourism Economy. 2013- 2014. *Turismo de bienestar doméstico: se refiere a aquel turismo de bienestar realizado dentro del país por sus mismos residentes. ** turismo de bienestar internacional, son los viajes de bienestar realizados por viajeros residentes en el exterior.

Turismo de Bienestar



Importancia del turismo de bienestar

- El turismo es una de las industrias más importantes y de rápido crecimiento.
- El bienestar es una fuerte tendencia entre los consumidores.
- El turismo de bienestar está creciendo más que la industria del turismo a nivel mundial.
- El turista de bienestar, es un turista de alto perfil que aporta mayor impacto económico.



Turismo de Bienestar



Importancia del turismo de bienestar



- Este tipo de turismo puede apoyar la preservación de las tradiciones culturales y del patrimonio natural, además de estimular el espíritu empresarial.
- Genera: altos ingresos, puestos de trabajo y puede ayudar a mejorar el bienestar de la población en general.
- Fomenta sinergias con otros nichos de turismo vacacional como el turismo cultural, turismo sostenible, turismo espiritual y voluntariado, turismo de aventura y turismo deportivo.

Actores del turismo de Bienestar



Principales actores del turismo de bienestar



- La identificación de los actores permite la unión en alianzas estratégicas para trabajar por el sector a nivel de regularización, formalización y desarrollo de oportunidades.

Dimensiones del producto



Las diversas actividades que componen las dimensiones de este segmento buscan un desarrollo integral del bienestar.

DIMENSIÓN



ACTIVIDADES

Físico

Medicina alternativa
 Diagnóstico, Chequeos, Manejo de condición crónica
 Nutrición, Manejo del peso.
 Desintoxicación

Mental

Masaje, baños, tratamientos corporales faciales Cabello y uñas, Yoga meditación Tai Chi Qigong Biofeedback

Espiritual

Oración Voluntariado Tiempo con la familia & amigos.
 Tiempo consigo mismo

Emocional

Retiros Coaching de vida Reducción del estrés Lectura Musicoterapia y artes

Ambiental

Senderismo Ciclismo Tomar paseos visitas Naturaleza

Social

visitas Gimnasio clases de fitness estiramiento Pilates

LUGAR

Gimnasios Centros de Bienestar

Spas, Salas de Belleza Centros de talasoterapia , Yoga

Retiros de Yoga, espirituales

Retiros de estilo de vida y de bienestar

Santuarios de vida silvestre, Parques Naturales

Gimnasios, Centro de Fitness, Restaurantes orgánicos

Fuente: : The Global Wellness Tourism Economy. 2013- 2014. Google images

¿Porqué el turismo de Bienestar?



- El hábito alimenticio es muy importante
- los indicadores de obesidad en el mundo se han duplicado desde 1980
- Casi el 10% de la población adulta del mundo tiene diabetes
- Las enfermedades crónicas son responsables por el 60% de las muertes
- En los últimos años, la población profesional adulta ha notado un considerable incremento del stress en el trabajo
- El gasto de los países OECD* en temas de Salud se triplicará alcanzando \$10 trillones



¿Porqué el turismo de Bienestar?



- Por un lado está la tendencia general al aumento de la esperanza de vida de las personas en el mundo. Esto ha generado a que haya una mayor cantidad de personas con edad avanzada, que aún son activas y que buscan mejorar su salud a través de este tipo de turismo.
- El enfoque de la sociedad actual y de los gobiernos en la prevención, ha generado un gran impacto en este tipo de turismo. Muchas personas no esperan a enfermarse para tomar medidas en relación a su salud.



¿Porqué el turismo de Bienestar?



- Actualmente la gente ha empezado a tomar más control sobre su salud en temas de alimentación, ejercicio y bienestar mental.
- Además, la obesidad, diabetes, problemas cardiovasculares, entre otras, son enfermedades que actualmente afectan a una gran parte de la población y estas están asociadas al estrés, mala alimentación y la vida sedentaria. Además, la depresión y el sentimiento de soledad están creciendo de manera generalizada en la población.



¿Porqué el turismo de Bienestar?



- Los programas de pérdida de peso y desintoxicación del organismo son los más populares. Sin embargo, el tema más frecuente es salud mental. En esta medida, los productos que más se están buscando actualmente son meditación, retiros espirituales y otras actividades relacionadas. Otros temas populares son fitness, anti edad y programas para dejar el cigarrillo.
- Otro tipo de producto de bienestar está relacionado con la recuperación de un postoperatorio o de algún tratamiento. Por ejemplo, actualmente se realizan planes de recuperación para pacientes con cáncer.

Perfil del turista



Existen dos tipos de turista

Motivación principal de bienestar

- Está en crecimiento
- Alto gasto turístico
- Busca realizar actividades de bienestar.

Motivación principal viaje o vacaciones

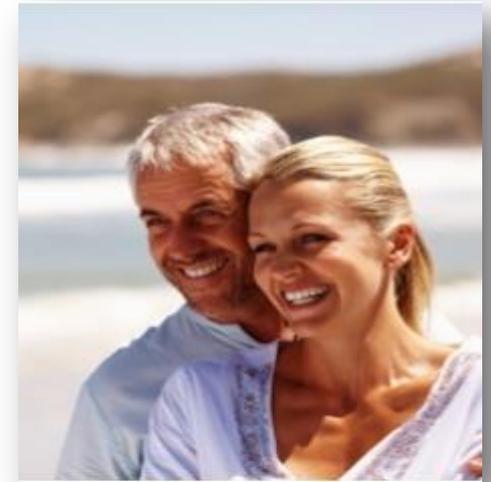
- Segmento más grande
- Turista convencional
- Busca realizar otras actividades y complementa con aquellas de bienestar.

Perfil del turista



Turista cuya motivación principal es turismo de bienestar

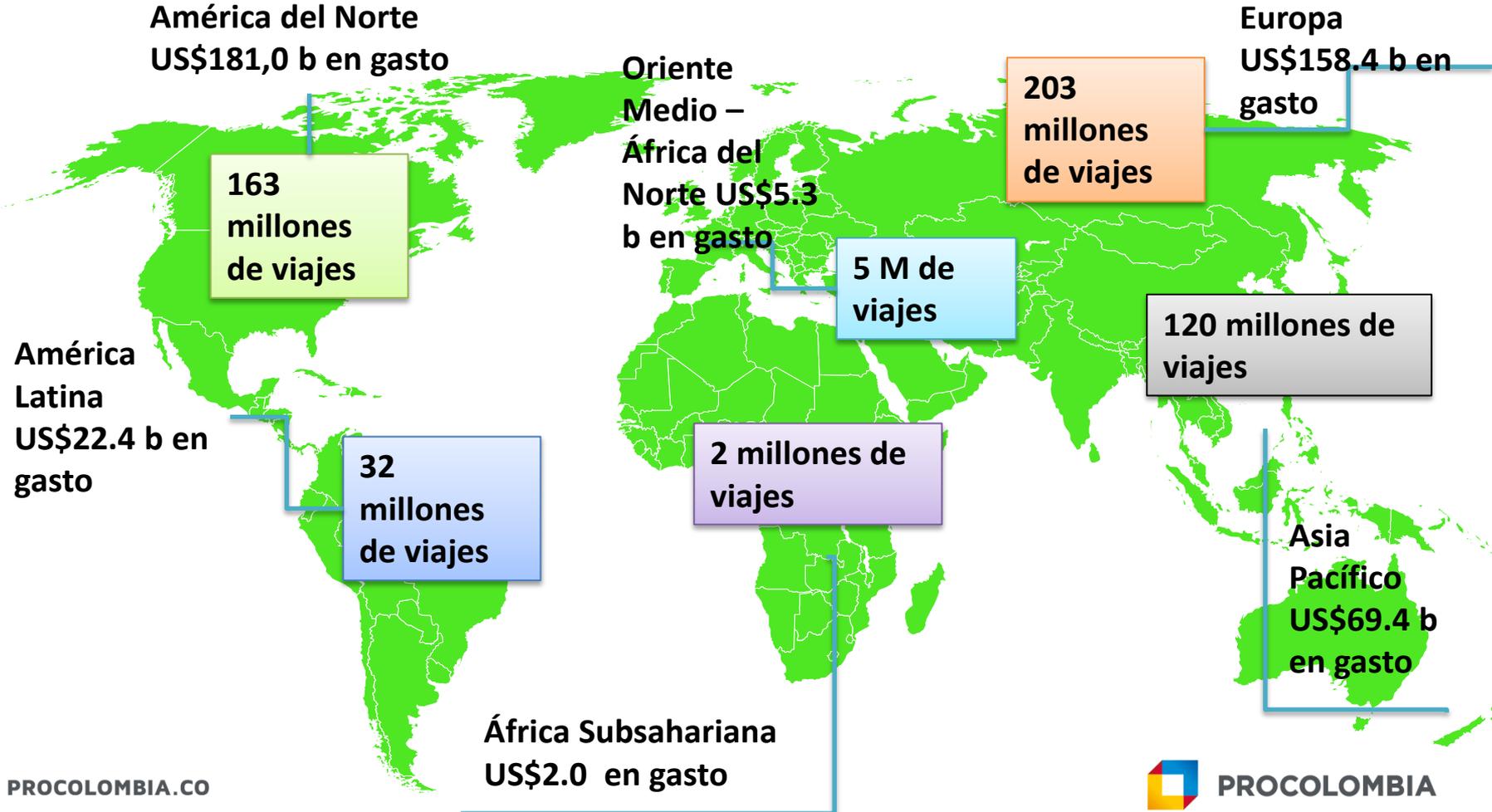
- Los viajeros que llevan a cabo actividades de bienestar gastan por lo general un 130% más que el turista tradicional (En promedio US\$1.639 en viajes internacionales*).
- Los tiempos de estadía son más largos que el promedio de un turista tradicional por lo tanto, hay una gran oportunidad en este segmento.
- Aunque el perfil demográfico del turista está cambiando rápidamente, en la actualidad, el viajero de bienestar es de mediana edad, adinerado, educado y procede principalmente de los países industrializados occidentales.



El turismo de bienestar en el mundo



América del Norte aparece como la primera región dentro del ranking de gasto, mientras que es segunda después de Europa en el número de viajes de este segmento. En el siguiente mapa se evidencian los viajes y gasto por turismo de bienestar doméstico e internacional por región.

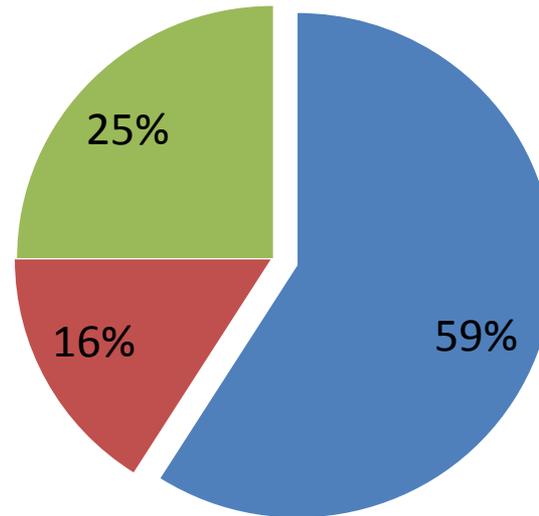


Los Spas en el turismo de bienestar



El turismo de spa representa aproximadamente 41% sobre el gasto en turismo de bienestar

En 2012, el turismo de spa representó US\$179.7 miles de millones del mercado con 224.9 millones de viajes domésticos e internacionales.



- turismo de bienestar no spa
- bienestar de spa doméstico
- bienestar de spa internacional

Futuro del turismo de bienestar



Top de los países con potencial de crecimiento en viajes domésticos e internacionales de turismo de bienestar, 2012-2017.

- Estados Unidos
- Canadá

América del Norte

América Latina

- México
- Argentina
- Chile
- Brasil
- Uruguay

- Emiratos Árabes Unidos
- Israel
- Sur África
- Marruecos

Medio Oriente y África

Europa

- Alemania
- Suiza
- Polonia
- Rusia
- Turquía
- España
- Francia
- Hungría
- Austria
- República Checa

- India
- China
- Corea del Sur
- Japón
- Tailandia
- Australia
- Malasia
- Taiwán
- Nueva Zelanda
- Filipinas
- Vietnam
- Hong Kong
- Singapur

Asia Pacífico

Principales competidores



1. Estados Unidos

✓ Predominan actividades de spas, de fitness, tratamientos de rejuvenecimiento no invasivos y relajación, algunos de los estados que promocionan el turismo de bienestar* los estados de :

- ✓ Arizona,
- ✓ Arkansas,
- ✓ California,
- ✓ Colorado,
- ✓ Nuevo Mexico,
- ✓ Nueva York,
- ✓ Carolina del Norte,
- ✓ Rhode Island,
- ✓ Vermont,

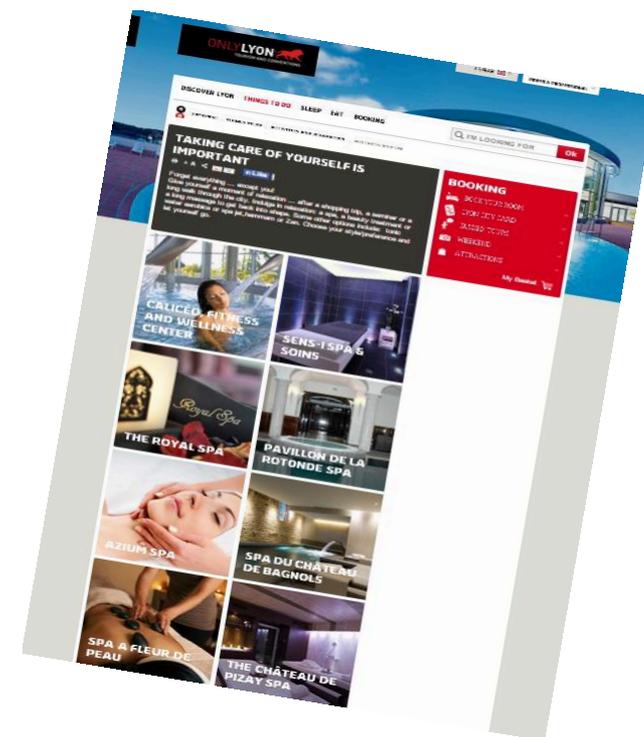


Principales competidores



2. Francia

La ciudad de Lion y la de Costa Azul son algunos ejemplos de promoción de turismo de bienestar en Francia, en estas ciudades se ofrecen actividades de relajación, masajes y centro de talasoterapia.

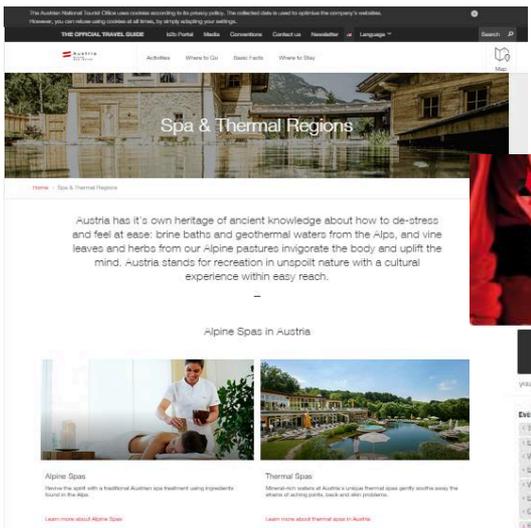


Principales competidores



3. Austria

La ciudad de Kitzbuhel, la ciudad de Zell am See, y la región de Bregenzerwald son algunos de los ejemplos de promoción del turismo de bienestar en Austria con actividades como termalismo, centros de fitness, productos para desintoxicar, y spa.



Principales competidores



4. Alemania

La ciudad de Baden – Baden, la ciudad de Stuttgart, y el Estado de Bavaria son algunos de los ejemplos de promoción del turismo de bienestar en Alemania con actividades de spa, termales y tratamientos no invasivos de belleza.

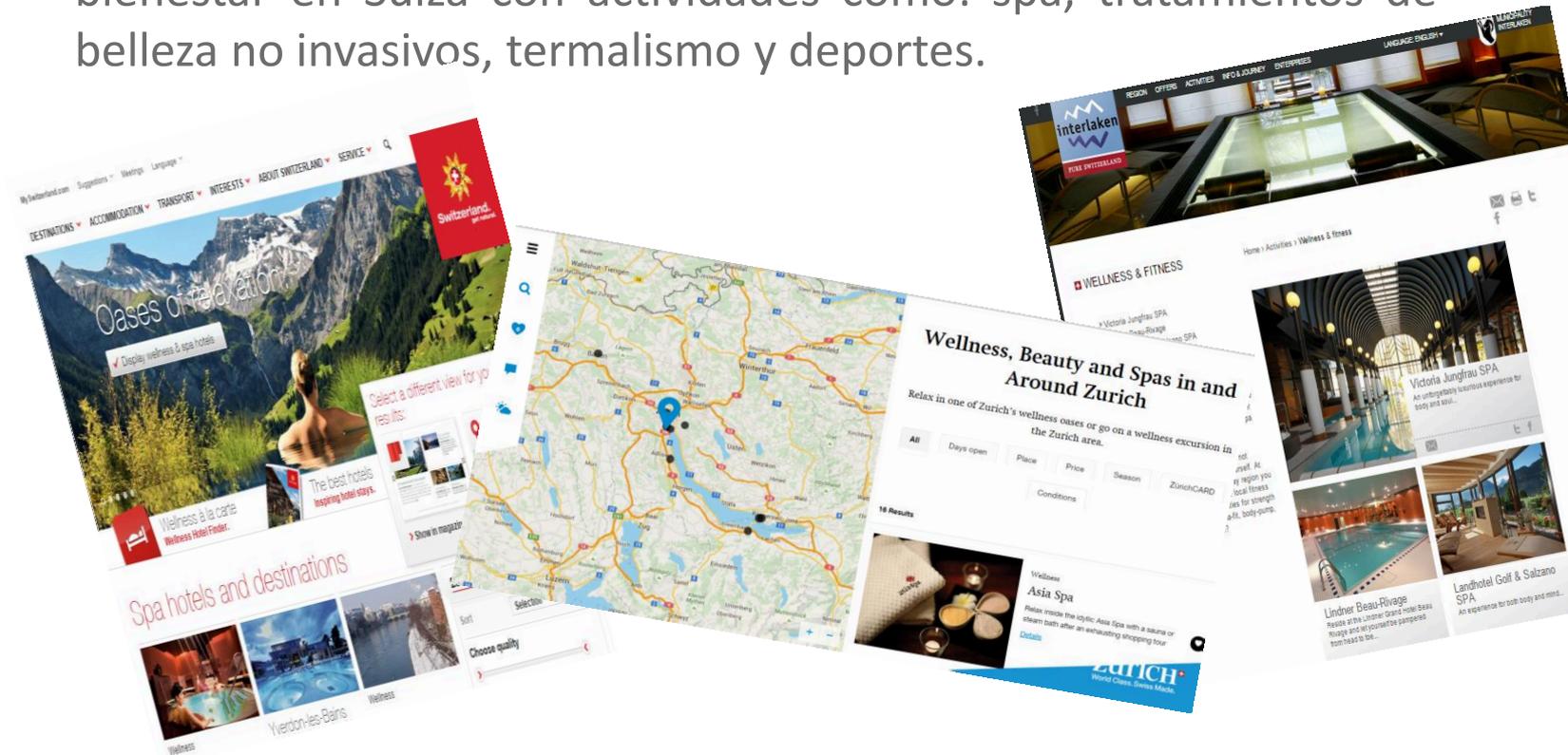
The collage consists of three screenshots from German tourism websites. The left screenshot shows the 'Region Stuttgart' website with a search bar and 'relaxing' content. The middle screenshot shows the 'Germany The travel destination' website with a search bar and 'Health & wellness' content. The right screenshot shows a 'Spa and wellness' page with a search bar and various wellness-related images and text.

Principales competidores



5. Suiza

La ciudad de Baden, Davos, Interlaken, Laussane, Lucerne y Zurich son algunos de los ejemplos de promoción del turismo de bienestar en Suiza con actividades como: spa, tratamientos de belleza no invasivos, termalismo y deportes.

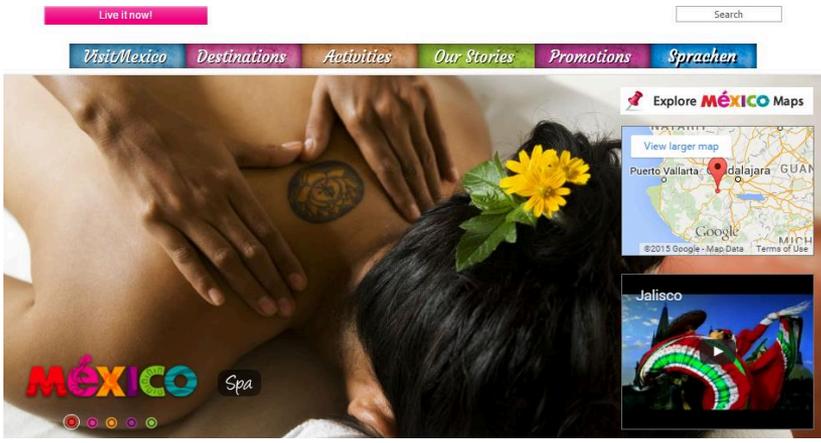
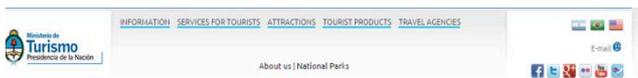


Principales competidores para Colombia



Algunos países de la región que están promocionando turismo de bienestar son:

- 1. Argentina
- 2. Barbados
- 3. Chile
- 4. Costa Rica
- 5. República Dominicana
- 6. México



Principales competidores para Colombia



- Conocido por su fuerte cultura y tradición de belleza, América Latina es cuna de un gran número de clínicas y se ha posicionado en tratamientos estéticos, pero en los últimos años se han venido incrementando las actividades de spa como parte de la diversificación y especialización en turismo de bienestar. Colombia ocupa el séptimo lugar dentro de los países de América Latina con oferta de bienestar.

Top 10 Industria de turismo de bienestar en América Latina y el Caribe, 2013

Países	No. de viajes (millones)	(US\$ millones)
México	12,0	\$10.465
Brasil	5,9	\$2.547
Argentina	2,3	\$1.440
República Dominicana	1,0	\$1.128
Chile	3,0	\$1.028
Costa Rica	0,7	\$956
Colombia	1,1	\$795
Jamaica	0,6	\$716
Venezuela	1,3	\$650
Puerto Rico	0,8	\$638

Principales competidores para Colombia



- Latinoamérica y el Caribe ha experimentado un crecimiento importante en el número de establecimientos de Spas desde 2007. Colombia ocupa el cuarto puesto del ranking.

Top 10 Industria de Spa en América Latina y el Caribe , 2013

Países	No. de Spas	Ingresos (US\$ millones)	Empleos generados por los Spa
México	2.765	\$1.364	44.839
Brasil	1.325	\$623	17.350
Argentina	1.803	\$560	22.958
Colombia	527	\$311	8.293
Costa Rica	249	\$267	5.784
Venezuela	228	\$161	3.557
Chile	238	\$150	3.726
Jamaica	140	\$102	2.603
Uruguay	110	\$98	2.878
República Dominicana	190	\$96	3.010

Principales competidores para Colombia



- Los masivos recursos térmicos disponibles en la región, ofrece una nueva frontera para las inversiones en la modernización de instalaciones antiguas y la construcción de nuevas instalaciones que fusionan spa y bienestar con baño tradicional y ofertas recreativas. Colombia es noveno en este subsegmento.

Top 10 Industria de Termalismo en América Latina y el Caribe, 2013

Países	No. de establecimientos	Ingresos (US\$ millones)
Brasil	52	\$10.465
México	276	\$2.547
Argentina	75	\$1.440
Costa Rica	26	\$1.128
Chile	62	\$1.028
Uruguay	18	\$956
Perú	38	\$795
Venezuela	9	\$716
Colombia	25	\$795
Ecuador	17	\$638

Turismo de Bienestar en Colombia



El Programa de Transformación Productiva PTP, tiene dentro de sus sectores objeto de desarrollo el turismo de bienestar. El PTP ya realizó el estudio de la oferta nacional y el diseño del plan de negocio que se encuentra en ejecución. En el siguiente link: <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=731&conID=597> se puede consultar el estudio de turismo de bienestar en Colombia.

Acciones PTP

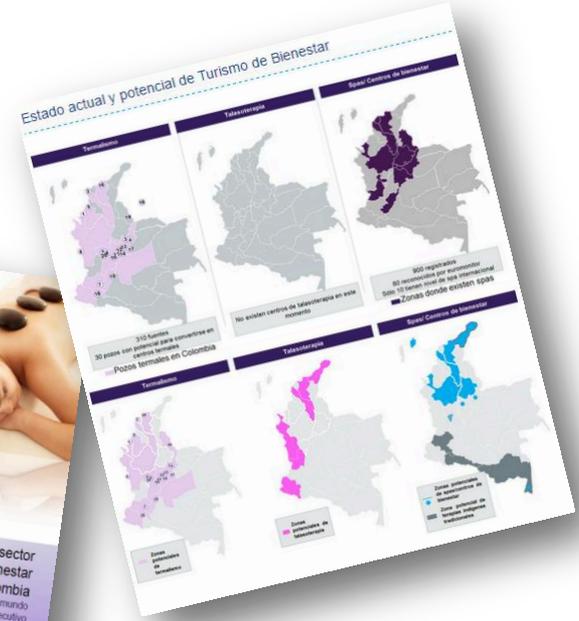
- CAPITAL HUMANO**
 - Curso Online de Termalismo - Sector Turismo de Bienestar. [\[Conocer esta iniciativa\]](#)
 - Curso de fundamentos en Turismo de Salud y Bienestar. [\[Conocer esta iniciativa\]](#)
- PROMOCIÓN**
 - Colombia se prepara en Turismo de Bienestar. [\[Conocer esta iniciativa\]](#)
- COOPERACIÓN INTERNACIONAL**
 - Memorando de entendimiento con Ourense. [\[Conocer esta iniciativa\]](#)
- FORMALIZACIÓN**
 - Estudio para definir y caracterizar la informalidad en 8 sectores del PTP incluido el sector de Turismo de Bienestar. [\[Conocer esta iniciativa\]](#)

Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia

Producto 1-Diagnóstico del Turismo de bienestar en el mundo Resumen Ejecutivo

Enero 2013

T&L (Taller de Estudios) | europraxis | GRUPO AVIATUR AVIAEXPORT



Tendencias



- Aunque la tendencia global apunta a tomar muchas fotos y publicarlas en redes sociales, este nicho está optando por **dejar de lado los dispositivos electrónicos y disfrutar un poco más de la experiencia.**
- Los **dispositivos tecnológicos que se usan para medición de metas de ejercicio**, como el fit bit, relojes, etc, están de moda durante las vacaciones ya que se busca incrementar las metas trazadas en días normales de trabajo pues se espera tener mucha más actividad física con caminatas, treks, bicicleta, paddleboarding, etc.
- **Hogares, comunidades y ciudades wellness.** Los nuevos desarrollos inmobiliarios tras la crisis llevan el concepto de hogar sano, como por ejemplo sistemas de purificación de aire y agua.
- El **fitness social** define a quién conoces, qué vistes o dónde viajas. Esta nueva realidad sociocultural es la respuesta a una epidemia global de soledad fomentada por un resurgimiento de las urbanizaciones, los hogares unipersonales, largos horarios de trabajo y vidas que pasan frente a pantallas, que continuarán potenciando el “mi fitness es mi familia”.



- **La redefinición del lujo:** La luz del aire y el espacio para respirar son el nuevo lujo, los destinos auténticos y novedosos se convierten en lo más atractivo en el mundo del turismo de bienestar.
- La gente está aceptando el hecho de que los **alimentos nutritivos son la base de un estilo de vida saludable**, por esta razón, se están explorando cada vez **nuevas formas de comer mientras se está de vacaciones**.
- **Retiros con un fuerte enfoque en las alternativas de dieta saludable** por ejemplo; el Fivelements en Bali, donde los huéspedes cenan en crucero vegano crudo y aprenden cómo preparar sabrosos platos con estos alimentos "vivos". En SHA Wellness Clinic en Alicante - España los platos se crean basados en la filosofía de la macrobiótica.
- En la industria del bienestar las actividades como los **spa**, los **manantiales naturales y las actividades físicas**, siguen posicionándose, pero también aquellas que promuevan la **salud mental, el bienestar**, la capacidad de desconectar a través de la **meditación**, el **lifestyle coaching**, etc. Actividades que, en palabras de Photi, **“hagan más feliz a la gente”**.

Tendencias

Europa



- ❑ Europa es probablemente el mercado de mayor demanda internacional de turismo de bienestar.
- ❑ Normalmente los europeos no viajan al exterior (ultramar) para recibir tratamientos de salud.
- ❑ En países como Alemania, Austria, Suiza, Italia y toda Europa del Este la tradición de viajar a *Kur* a realizar actividades preventivas, curativas, terapéuticas y de rehabilitación relacionados con el manejo de aguas; hidroterapia, masajes, barro y tratamientos con algas, ente otros, es una tendencia.

Tendencias



Europa



- ❑ Solo algunos países como Suiza, Austria, Alemania, Hungría, Finlandia y Eslovenia, están promocionando activamente sus paquetes de bienestar.
- ❑ Más de las tres cuartas partes de los viajeros de bienestar europeos son domésticos. La promoción del turismo de bienestar en mercados internacionales puede ayudar a contrarrestar la naturaleza cíclica de las empresas europeas de bienestar que atienden principalmente a los visitantes nacionales, permitiendo diversificar los mercados y por ende, los servicios.
- ❑ En algunos países - como Noruega y Dinamarca - tienen el financiamiento del gobierno para este tipo de viajes, como parte del cuidado de la salud. Esto ha contribuido al establecimiento del mercado del turismo de bienestar en Europa.



Asia - Pacífico

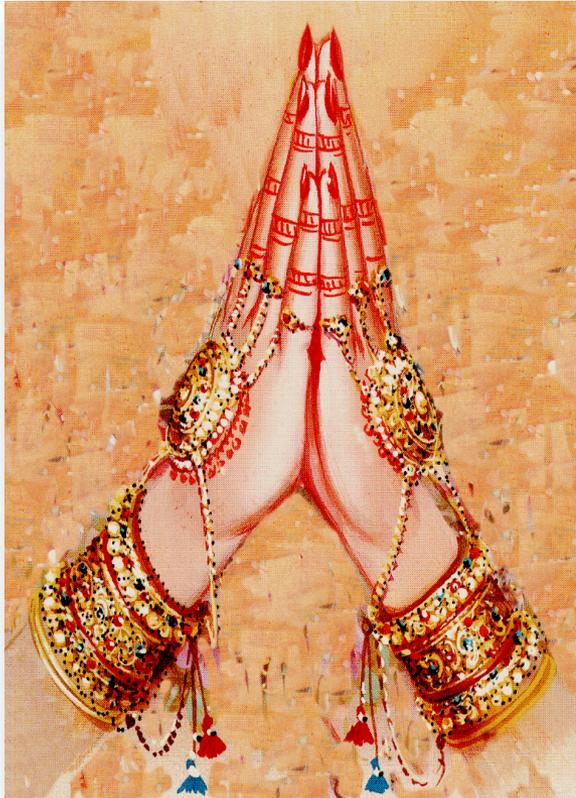
- La región de Asia Pacífico es la tercera más grande para el turismo de bienestar después de Europa y América del Norte.
- Regiones que llegan a Asia a hacer turismo de bienestar: Intra -Asia, Europa y países del golfo.
- Los viajes domésticos suman aproximadamente 86% de los viajes de turismo de bienestar, pero solamente 58% del gasto en turismo de bienestar.
- La medicina tradicional asiática influye de manera significativa en la decisión de viaje, principalmente de los mercados de Europa, Australia y en menor medida América del Norte.

PROCOLOMBIA.CO





Asia - Pacífico



- Actualmente, hay un creciente interés en las prácticas históricas, culturales y espirituales de bienestar de Asia.
- Las empresas capaces de empaquetar y entregar servicios auténticos y modernos con precios competitivos, pueden esperar un crecimiento de los mercados turísticos del extranjero.
- Varios gobiernos y ministerios de turismo en Asia han comenzado a promover agresivamente el turismo médico en la última década por ejemplo: Tailandia, Singapur, Malasia, Filipinas.
- India apunta a promover un concepto más amplio, más holístico de la salud tan atada a las tradiciones y a las ofertas del lugar que se visita.



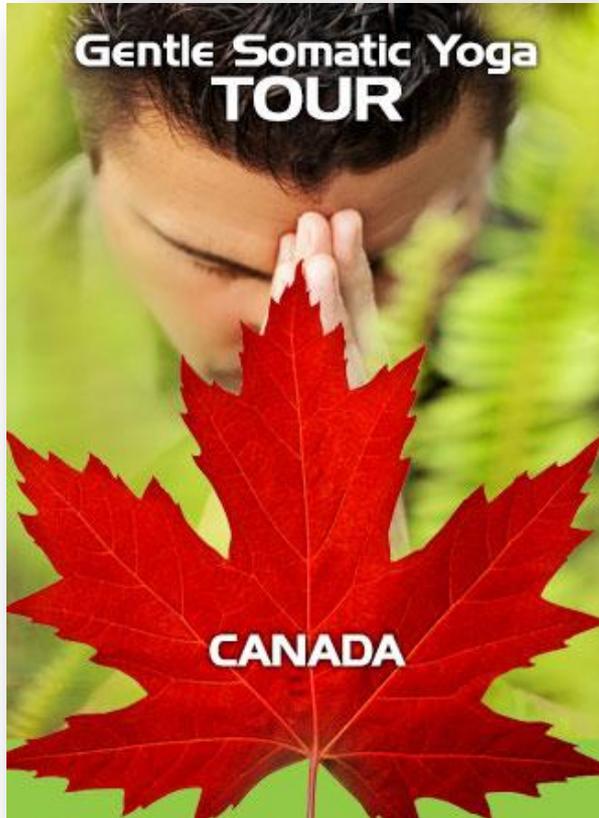
América del Norte

- América del Norte aparece como el primero dentro del ranking de gasto en turismo de bienestar, mientras que es segundo después de Europa, en el número de viajes de este segmento.
- Mercados emisores a Estados Unidos: los europeos y los países asiáticos de altos ingresos.
- Las opciones de turismo de bienestar más accesibles y atractivas para la mayoría de los viajeros de América del Norte son los viajes nacionales de corta distancia, viajes de fin de semana, y «las escapadas" (por ejemplo, los fines de semana de spa, retiros de yoga de fin de semana, etc.)





América del Norte



- Estados Unidos y Canadá también figuran entre los países más saludables del mundo frente a mediciones como la tasa de obesidad. Mientras que entienden la idea de bienestar, la mayoría de los consumidores de América del Norte aún no han integrado las prácticas de bienestar en sus estilos de vida.
- Debido al tamaño y la diversidad geográfica, los estadounidenses y los canadienses son mucho más propensos a realizar viajes de turismo de bienestar en sus países que en el exterior.

Tendencias



América Latina



- En Suramérica el turismo de bienestar se está presentando como una oportunidad, actualmente se considera más el auge en la parte cosmética en países como Brasil, Colombia, Venezuela, Argentina.
- En la región de El Caribe, el turismo de bienestar está dominado por la relajación y recreación (hoteles y resorts con servicios especializados) la región busca ser reconocida internacionalmente como el «spa y centro de bienestar más grande del mundo».



América Latina

- En países como Costa Rica, Belice, Ecuador, Perú, Brasil y la Región Amazónica se está fortaleciendo el concepto de bienestar y eco aventura (eco spas, spa de aventura, spa en la jungla etc).
- La variada y amplia naturaleza que abunda en el territorio, en países como: Panamá, Colombia, Chile y Argentina potencializa el tema de termalismo.
- El Caribe se está especializando en temas de Talasoterapia*.
- A lo largo de América del Sur y el Caribe sus fuertes orígenes y la medicina a base de hierbas indígenas y las tradiciones curativas representa una oportunidad.





África y Oriente Medio



- Son las regiones más pequeñas en términos de viajes de bienestar y gasto en el mundo. Sin embargo, tanto en África como en Oriente Medio el gasto en bienestar supera el número de viajes de este segmento alcanzando 94% y 75% respectivamente.
- En Oriente Medio el concepto de bienestar está relacionado con el lujo y la belleza, esto se ha apalancado también con el movimiento masivo de construcción de hoteles y edificios de lujo al igual que con los servicios que ofrecen.



África y Oriente Medio

- En África el concepto sigue bastante nuevo y en desarrollo, el turismo de bienestar está concentrado en pocas regiones y es dominado por los turistas internacionales. En el Norte de la región africana, Túnez y Marruecos tienen resorts- spa bien desarrollados.
- Los gobiernos de los países del continente están empezando a dar prioridad el desarrollo de las industrias de spa y el turismo, con el consiguiente aumento en la promoción del turismo termal y de bienestar.



Recomendaciones



- Es recomendable que los establecimientos dedicados a este tipo de turismo integren la idea de bienestar de manera general en la estadía. No se trata sólo de tener las instalaciones de Spa o clases de yoga.
- Se recomienda tener un menú de “super foods”, vegetariano, o según sea el enfoque de los programas ofrecidos. Que en las habitaciones haya música de relajación, oferta de jugos verdes, etc. La idea es que la experiencia de bienestar se lleve a cabo de manera integral .
- Más investigación y evidencia científica sobre la eficacia de las terapias tradicionales, naturales y alternativas ofrecidas también ayudarán a hacer más atractivos para los consumidores exigentes de bienestar y aumentará su valor para atraer a más turistas en este segmento.
- El lujo se redefine, con este cambio la industria del turismo de lujo tiene ante sí el reto de superarse a sí misma para deslumbrar al cliente con ofertas y experiencias todavía más espectaculares.

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
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

GRACIAS



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



 GOBIERNO DE COLOMBIA