



Secretaría de Turismo y Entretenimiento

Mercado Emisor: Estados Unidos

Período de Análisis: 01/01/2025 – 31/12/2025

Fecha del Informe: 10/03/2026

**Sistema de Inteligencia Turística (SIT)
de Medellín**



Contents

1	Resumen Ejecutivo	3
1.1	Cifras Clave del Período	4
1.2	Estructura del Informe	5
2	Introducción	5
3	Metodología	6
4	Flujos Migratorios	6
4.1	Trayectoria Histórica de Llegadas	7
4.2	Perfil Demográfico	8
4.3	Matriz de Intereses por Ciclo de Vida	9
5	Inteligencia Aérea (Amadeus)	9
5.1	Evolución por Segmento (2022 – 2026)	10
5.2	Perfil de Estadía: Distribución Equilibrada	11
5.3	Demanda Futura (6 meses, marzo – agosto 2026)	12
5.4	Benchmarking de Estancia: USA en el Tercio Alto	13
5.5	Conectividad Real: Corredor Directo Dominante	14
5.6	Diferencias entre Vuelo Directo y Conexión	15
6	Inteligencia de Gasto (Credibanco)	15
6.1	Ticket Promedio: el Más Alto del Benchmark	16
6.2	Distribución Espacial: Concentración Extrema en El Poblado	17
6.3	Estructura de Categorías: Hospedaje y Gastronomía Concentran 59%	18
6.4	Distribución Detallada por Categoría (Ridges)	19
6.5	Tendencia Temporal: Estacionalidad Bimodal Pronunciada	20
6.6	Calidad del Gasto: Ticket por Visitante en Estancia	21
6.7	Impacto Económico Directo: Volumen vs. Facturación	22
7	Modelos Estadísticos y Proyecciones	22
7.1	Pronóstico ARIMA(2,0,1)(0,1,0)[12]	23
7.2	Brecha de Conversión Aérea (Lectura Inversa)	24
7.3	Matriz de Valor Turístico Mensual	25
7.4	Anticipación de Reserva vs. Gasto	26
7.5	Patrón de Estacionalidad Anual	27

8	Visualizaciones Premium	27
8.1	Flujos Origen-Destino (Sankey)	28
8.2	Jerarquía de Gasto (Treemap)	29
8.3	Evolución Temporal de Visitantes (Streamgraph)	30
8.4	Perfil Multidimensional (Radar): el Más Equilibrado	31
8.5	Matriz de Correlación de Gasto entre Comunas	32
9	Tablas Estadísticas	33
9.1	Llegadas Anuales y Crecimiento	33
9.2	Ranking de Motivos de Viaje	33
9.3	Benchmark de Estancia Media (Países Comparables)	34
10	Síntesis Estratégica y Recomendaciones	36
10.1	Recomendaciones para la Política Pública Turística	37
11	Notas Metodológicas	38

1 Resumen Ejecutivo

Este documento consolida el desempeño del mercado emisor de **Estados Unidos** hacia Medellín durante el año **2025**. Por volumen, valor y consolidación institucional, este es el principal corredor turístico internacional de Antioquia: más del 60% de las llegadas extranjeras a JMC tienen origen estadounidense. El análisis se sustenta en tres fuentes oficiales que se cruzan deliberadamente: flujos migratorios reales (Migración Colombia), intención de viaje y conectividad aérea (Amadeus GDS) y facturación transaccional con tarjetas emitidas en Estados Unidos (Credibanco). Las tres capas permiten caracterizar al visitante estadounidense no sólo por su masividad sino, sobre todo, por la diversidad y consistencia de su comportamiento en destino.

1.1 Cifras Clave del Período

Indicadores Principales – Mercado Estadounidense 2025

- **Total de Visitantes Estadounidenses:** **439.482** llegadas registradas (Migración Colombia, JMC con destino Antioquia), +17,5% frente a 2024.
- **Conectividad directa:** **93,0%** llega por vía directa a JMC (425.132 visitantes).
- **Motivo Predominante:** Vacaciones, Recreo y Ocio con **92,6%** del flujo (407.023 visitantes); el más concentrado en ocio de los mercados auditados.
- **Estancia:** **39,9% se queda 4–7 días (semana, categoría modal)**, 26,3% escapada, 22,2% vacación y 11,6% larga.
- **Estancia media:** **10,8 días** (tercer lugar del benchmark, tras España y Canadá).
- **Ticket promedio por transacción:** **\$313.951 COP**, frente a \$189.614 del promedio internacional (+65,6%).
- **Concentración del gasto:** Alojamiento 37,2% + Gastronomía 22,0% = **59,2%** del wallet.
- **Anticipación de reserva:** 69 días en promedio (mucho mayor que el promedio de otros mercados).



💡 Lectura Estratégica:

Mercado masivo, de alto valor y comportamiento equilibrado

El visitante estadounidense configura el perfil más “equilibrado” de los mercados emisores de Medellín: *viene en gran cantidad, paga ticket alto, se queda lo suficiente, planea con anticipación y diversifica su gasto*. Es el único de los mercados auditados que está por encima del promedio internacional simultáneamente en *las cuatro dimensiones* relevantes (gasto, anticipación, diversidad y estancia). Su huella de gasto se concentra en hospedaje y gastronomía (59,2% del wallet), sin nichos atípicos como el caso panameño farmacéutico. La conectividad aérea ya está resuelta (93% directo) y el mercado mantiene crecimiento sostenido (+17,5% en 2025), lo que perfila un *mercado en consolidación continua* antes que en madurez estancada, ver [4].

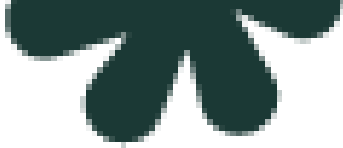
1.2 Estructura del Informe

El documento se organiza en seis bloques: (i) flujos migratorios y perfil demográfico; (ii) inteligencia aérea con base en Amadeus; (iii) inteligencia de gasto con base en Credibanco; (iv) modelos estadísticos y proyecciones; (v) visualizaciones premium con vistas integradas del mercado; y (vi) tablas estadísticas y notas metodológicas.

2 Introducción

Estados Unidos es el mercado emisor más importante de Medellín en términos absolutos. Su tamaño, la consolidación de múltiples corredores aéreos directos (Miami, Atlanta, Houston, Nueva York, Dallas) y los lazos históricos con la diáspora colombiana en Estados Unidos configuran un flujo masivo y diverso que demanda lectura específica. A diferencia de los mercados europeos o latinoamericanos cercanos, el visitante estadounidense combina alta volumetría con alto poder adquisitivo y planificación anticipada del viaje, lo que lo convierte en el referente operativo de la industria turística de la ciudad.

El presente informe, elaborado por el Sistema de Inteligencia Turística (SIT) de Medellín, busca dotar a la Secretaría de Turismo y a sus aliados sectoriales de un diagnóstico cuantitativo robusto que oriente acciones de mantenimiento y profun-



dización de este mercado, evitando la trampa de tomar por descontado un flujo que requiere cuidado activo para sostener su crecimiento.

3 Metodología

El análisis se construye mediante el cruce reproducible de tres bases de datos institucionales:

- **Migración Colombia:** entradas internacionales registradas en el aeropuerto José María Córdova (JMC) con destino Antioquia, filtradas por nacionalidad estadounidense.
- **Amadeus GDS:** reservas aéreas con destino Medellín (MDE) procesadas como *net bookings*, segmentadas por motivo de viaje y horizonte de anticipación, ver [2].
- **Credibanco:** transacciones con tarjetas emitidas en Estados Unidos y procesadas en establecimientos comerciales de Medellín desde 2024, segmentadas por categoría comercial y comuna de operación.

Nota importante sobre escalas: para el caso de Estados Unidos, las reservas Amadeus subestiman el flujo real porque una proporción importante del tráfico se canaliza directamente por las páginas web de las aerolíneas (American, Delta, United, JetBlue, Spirit) y por OTAs (Expedia, Kayak, Booking) sin pasar por GDS. Este punto es relevante porque condiciona la lectura de los pronósticos aéreos que se aborda explícitamente en el bloque de inteligencia aérea.

Las proyecciones se realizan mediante modelos ARIMA con selección automática del ajuste de menor AICc.

4 Flujos Migratorios

4.1 Trayectoria Histórica de Llegadas

Dinámica de Llegadas: ESTADOS UNIDOS

Comparativo: ¿Cuántos son ciudadanos vs. cuántos vienen del país?

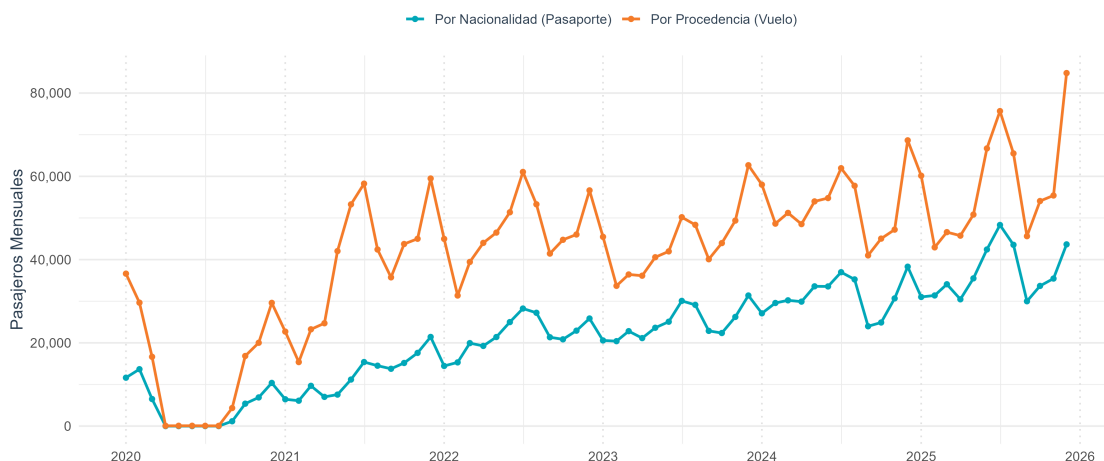


Figure 1: Llegadas mensuales: por nacionalidad (pasaporte estadounidense) vs. por procedencia (vuelo desde EE.UU.).

La Figura 1 muestra que la línea naranja (procedencia) y la línea azul (nacionalidad) crecen ambas de forma sostenida desde 2021, con la procedencia ubicada aproximadamente 1,6 veces por encima de la nacionalidad. En 2025, mientras los visitantes con pasaporte estadounidense oscilan entre 25.000 y 48.000 mensuales, los pasajeros que llegan a Antioquia en vuelo procedente de Estados Unidos oscilan entre 40.000 y 85.000 mensuales. La brecha es menor que en el caso de Panamá (donde la procedencia era cinco veces la nacionalidad), lo que indica que el corredor aéreo USA – MDE moviliza principalmente a estadounidenses con destino directo, más que a triangulaciones internacionales. Aun así, la diferencia residual sugiere flujos relevantes de colombianos residentes en EE.UU. que viajan a Medellín con pasaporte colombiano, y de centroamericanos que conectan vía hubs estadounidenses (Miami principalmente). Ambas series muestran estacionalidad bimodal clara y tendencia ascendente sostenida desde 2022.

4.2 Perfil Demográfico

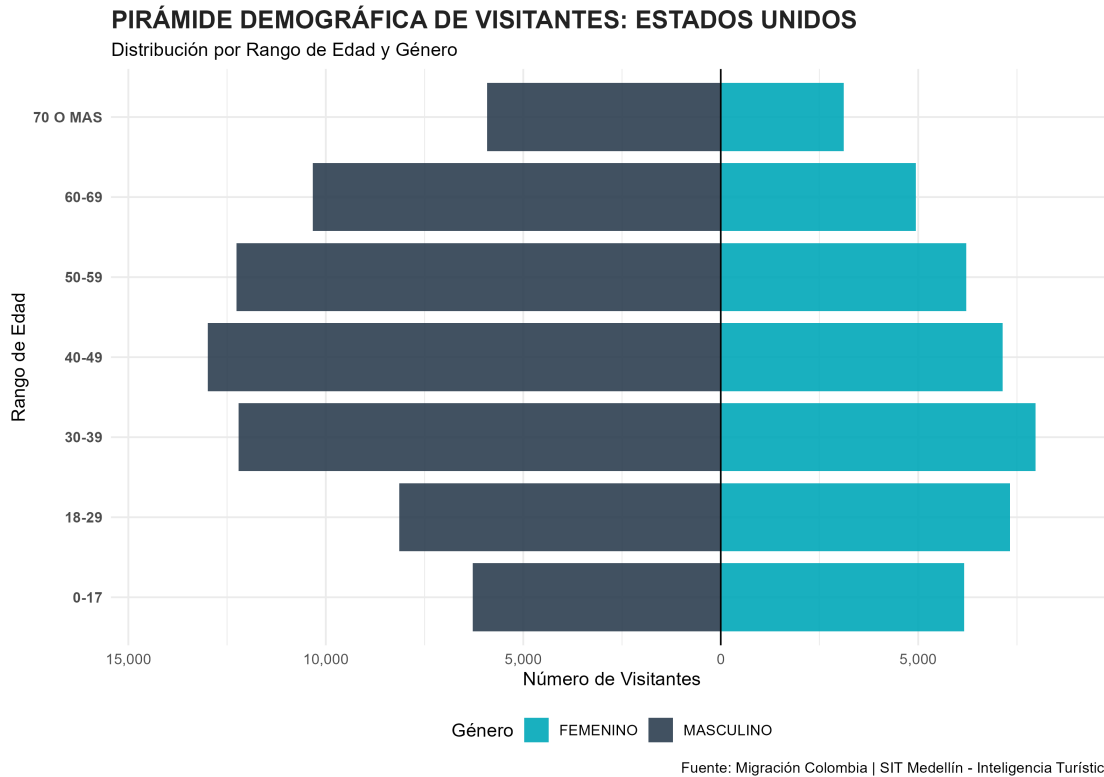


Figure 2: Pirámide demográfica de visitantes estadounidenses, 2025.

La Figura 2 muestra una distribución con **pico en el rango 30 – 39 años**, seguido por 40 – 49 y 18 – 29. A diferencia del mercado francés (perfil joven con pico en 18 – 29) y similar al perfil panameño, USA tiene un perfil más maduro en su tramo central. También es notable la **presencia importante de adultos mayores**: los rangos 50 – 59 y 60 – 69 muestran volúmenes significativos (cerca de 18.000 y 15.000 visitantes respectivamente), lo que distingue a USA como el mercado con más “baby boomers” y seniors viajando a Medellín. La presencia de menores 0 – 17 (cerca de 13.000 anuales) confirma componente familiar relevante.

En cuanto al **patrón de género**, USA muestra paridad en los rangos 0 – 17 y 18 – 29, pero **dominancia masculina muy marcada en todas las franjas adultas (30+)**, donde los hombres aproximadamente duplican a las mujeres en cada rango. Este sesgo masculino consistente en adultos es similar al que mostraron Francia y Panamá, pero más pronunciado en la longevidad (60+).

4.3 Matriz de Intereses por Ciclo de Vida

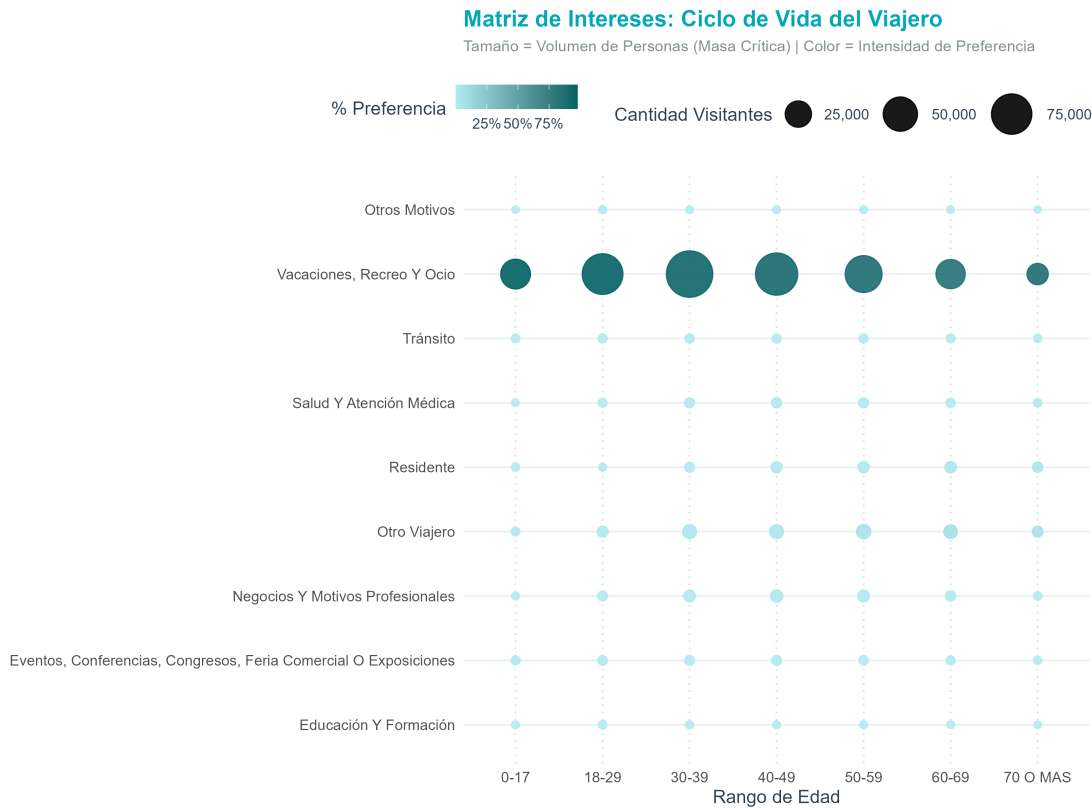


Figure 3: Matriz de motivos de viaje cruzados por rango etário.

La matriz confirma la dominancia absoluta de “Vacaciones, Recreo y Ocio” como única fila con masa crítica visible. La burbuja más grande está en **30 – 39 años**, decreciendo gradualmente hacia los extremos. La escala de las burbujas (25.000 a 75.000 visitantes por celda) es *un orden de magnitud mayor* que la observada para Francia o Panamá, lo que ilustra de forma visual la masividad del mercado estadounidense. Las demás categorías —negocios, eventos, salud, residente, tránsito— aparecen como burbujas residuales sin nichos etários visibles. Esto es coherente con el 92,6% de motivo declarado vacacional: USA es el mercado más concentrado en ocio puro de los tres auditados.

5 Inteligencia Aérea (Amadeus)

5.1 Evolución por Segmento (2022 – 2026)

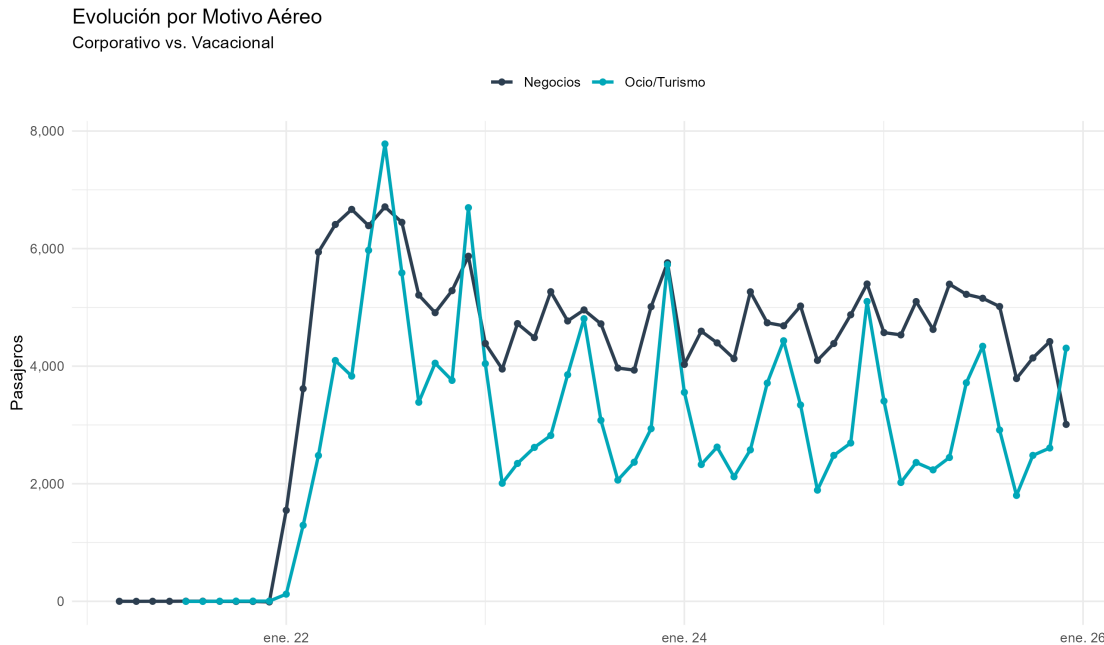


Figure 4: Evolución histórica del segmento Ocio vs. Negocios en reservas hacia Medellín.

La Figura 4 muestra un patrón contraintuitivo y muy distinto al de los otros mercados: **el segmento de Negocios está casi siempre por encima del segmento de Ocio en las reservas Amadeus** desde mid-2022. Negocios oscila en una banda relativamente estable de 4.500 – 5.500 reservas mensuales, mientras que Ocio oscila ampliamente entre 1.800 y 5.200 con estacionalidad bimodal pronunciada. **Esto contradice aparentemente la tabla de motivos** (donde el ocio es 92,6% y los negocios apenas 1,4%).

La interpretación más razonable es que el GDS Amadeus **sobre-representa el componente corporativo de USA y subrepresenta el componente vacacional**. Las grandes corporaciones estadounidenses canalizan sus viajes de negocios por GDS (a través de Travel Management Companies con cuentas Amadeus), mientras que el visitante vacacional usa OTAs (Expedia, Kayak, Booking) y webs directas de aerolíneas. La señal de Amadeus es por tanto **un proxy válido del componente MICE** pero no del flujo total: para el mercado USA, Migración Colombia es el indicador de volumen, mientras que Amadeus es el indicador del componente corporativo.

5.2 Perfil de Estadía: Distribución Equilibrada

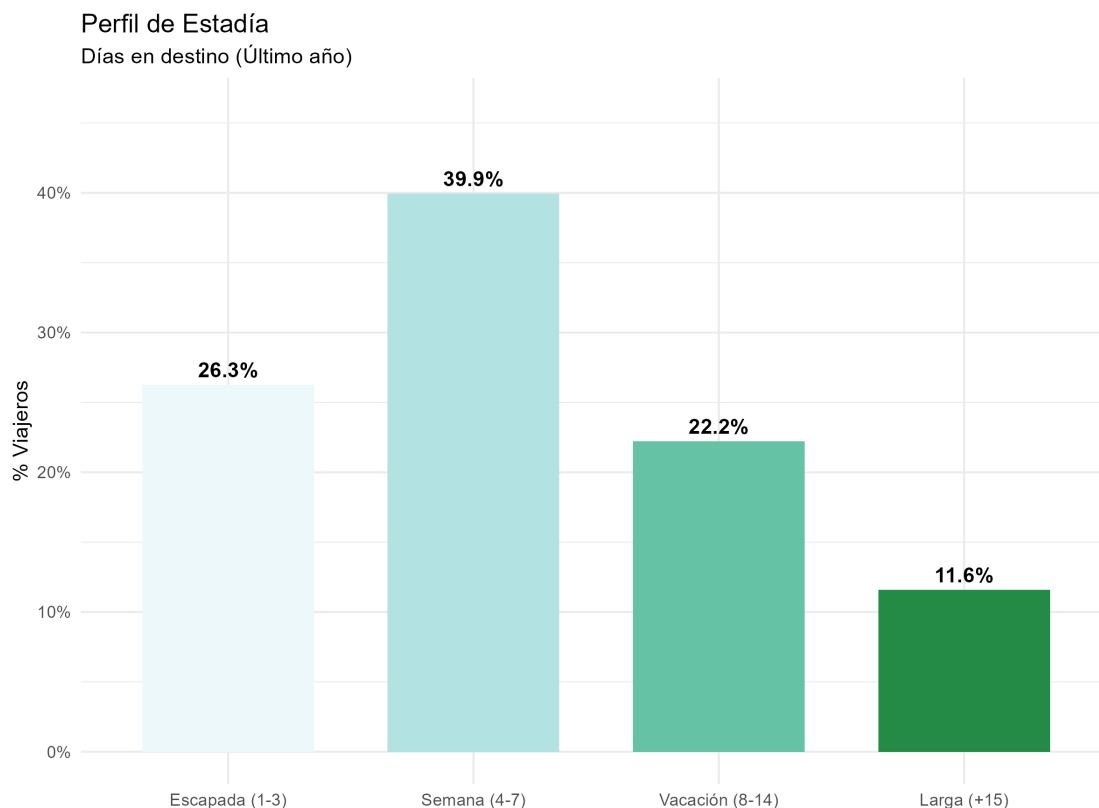


Figure 5: Distribución de la estadía del visitante estadounidense por categoría de duración.

La Figura 5 configura el perfil de estadía más **equilibrado** de los tres mercados auditados: **Semana (4 – 7 días) es la categoría modal con 39,9%**, seguida por Escapada (1 – 3 días) con 26,3%, Vacación (8 – 14 días) con 22,2% y Larga (+15 días) con 11,6%. En conjunto, el 66,2% se queda 7 días o menos, mientras que el 33,8% se queda 8 días o más.

Es un patrón intermedio entre Panamá (donde 85,8% se quedaba ≤ 7 días) y Francia (donde 84,4% se quedaba 8+ días). USA combina visitantes de escapada (turistas urbanos de fin de semana, MICE corporativo), de semana (la mayoría, vacaciones típicas norteamericanas) y de estancia larga (nómadas digitales, jubilados, diáspora visitando familia). Esta diversidad estructural exige al sector turístico estar preparado para perfiles muy distintos dentro del mismo mercado emisor.

5.3 Demanda Futura (6 meses, marzo – agosto 2026)

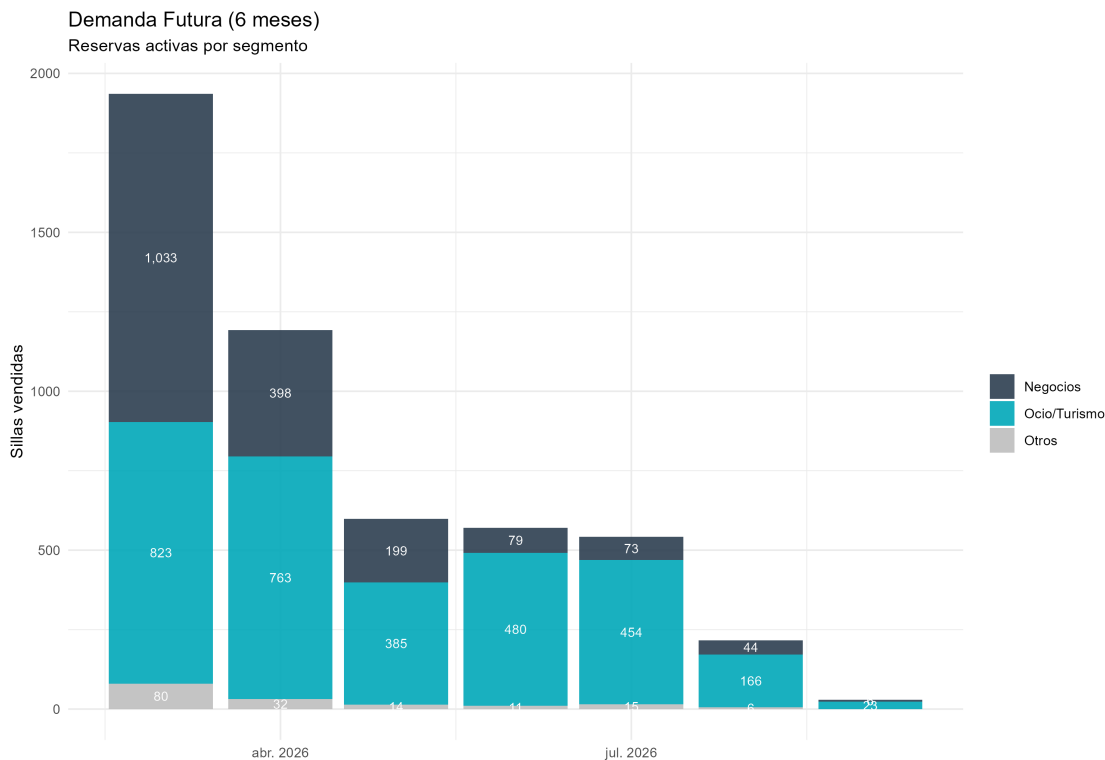


Figure 6: Reservas activas detectadas por segmento, horizonte 6 meses.

La visibilidad anticipada concentra una cifra notable en **marzo 2026 (1.936 reservas detectadas: 1.033 de negocios, 823 de ocio y 80 otros)**. Es la primera vez en este informe donde el segmento de *negocios supera al de ocio* en proyecciones futuras: 53% de las reservas de marzo son corporativas. Esto sugiere uno o varios eventos corporativos importantes anticipados para marzo (conferencias, ferias comerciales, encuentros empresariales). En abril cae a 1.193 (398 negocios + 763 ocio) y desde mayo en adelante el horizonte es bajo (entre 216 y 598 mensuales), patrón coherente con la cultura norteamericana de reserva tardía para viajes de ocio (decisión cercana al viaje).

5.4 Benchmarking de Estancia: USA en el Tercio Alto

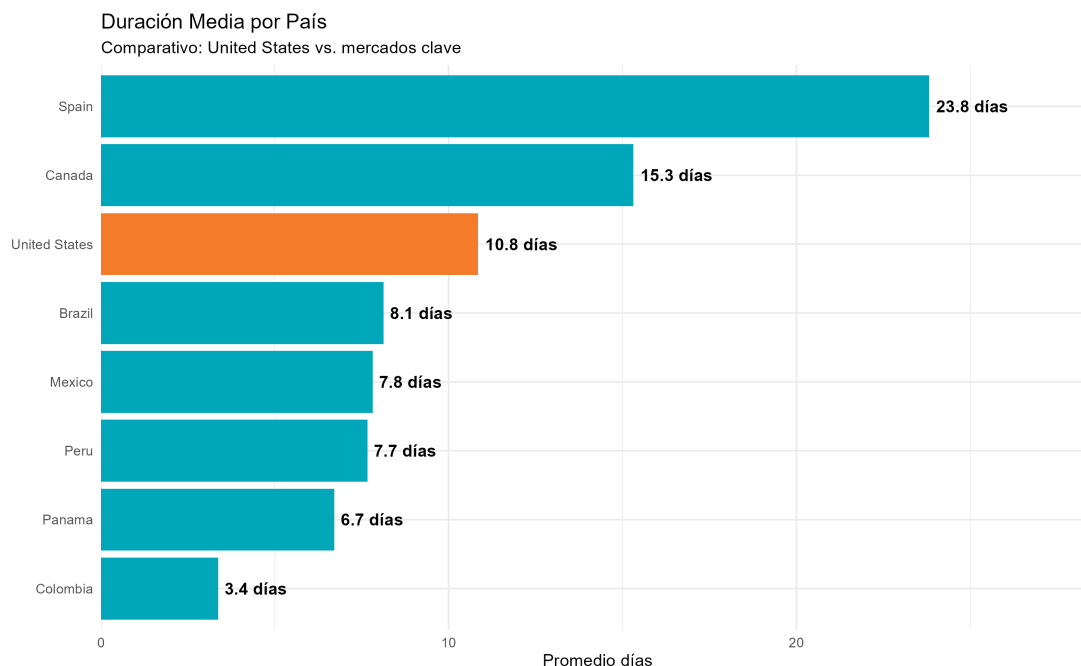


Figure 7: Estancia media por país emisor en Medellín. Estados Unidos marcado en color destacado.

El benchmark posiciona explícitamente a Estados Unidos como mercado de **10,8 días de estancia media**, en *tercer lugar* después de España (23,8) y Canadá (15,3). Por encima de Brasil (8,1), México (7,8), Perú (7,7), Panamá (6,7) y el turismo doméstico colombiano (3,4). Es una posición intermedia-alta, coherente con la distribución observada en la Figura 5: la mezcla de visitantes de escapada, semana y larga estancia produce una media razonable jalada hacia arriba por el 33,8% que se queda 8+ días.

5.5 Conectividad Real: Corredor Directo Dominante

Conectividad Real: ¿Cómo llega el visitante de ESTADOS UNIDOS ?

Visitantes cuyo destino final es Antioquia (Últimos 12 meses)

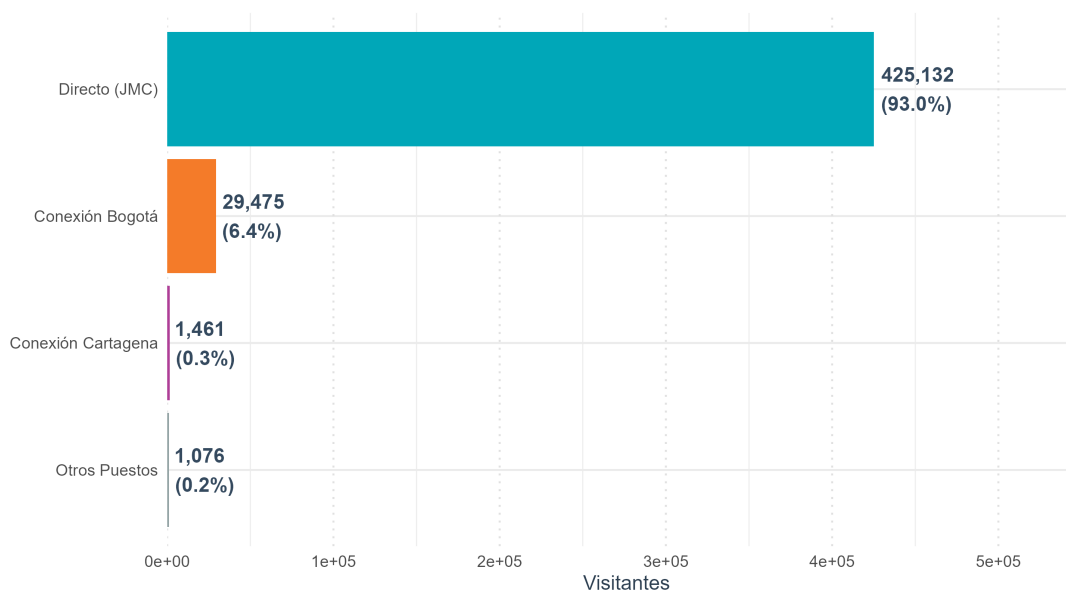


Figure 8: Distribución de visitantes estadounidenses según vía de ingreso a Antioquia.

La Figura 8 cuantifica el corredor aéreo: **el 93,0% de los visitantes estadounidenses (425.132 personas) llega directamente a JMC** desde Estados Unidos. La conexión vía Bogotá aporta 29.475 visitantes (6,4%), Conexión Cartagena 1.461 (0,3%) y Otros Puestos 1.076 (0,2%). El nivel de conectividad directa es ligeramente menor que el de Panamá (97,4%) pero aún excelente. La diferencia —el componente del 6,4% vía Bogotá— corresponde principalmente a visitantes que combinan otros destinos colombianos con Medellín en el mismo viaje (Cartagena, Bogotá, Eje Cafetero), perfil de *turismo multidesino* relevante.

5.6 Diferencias entre Vuelo Directo y Conexión

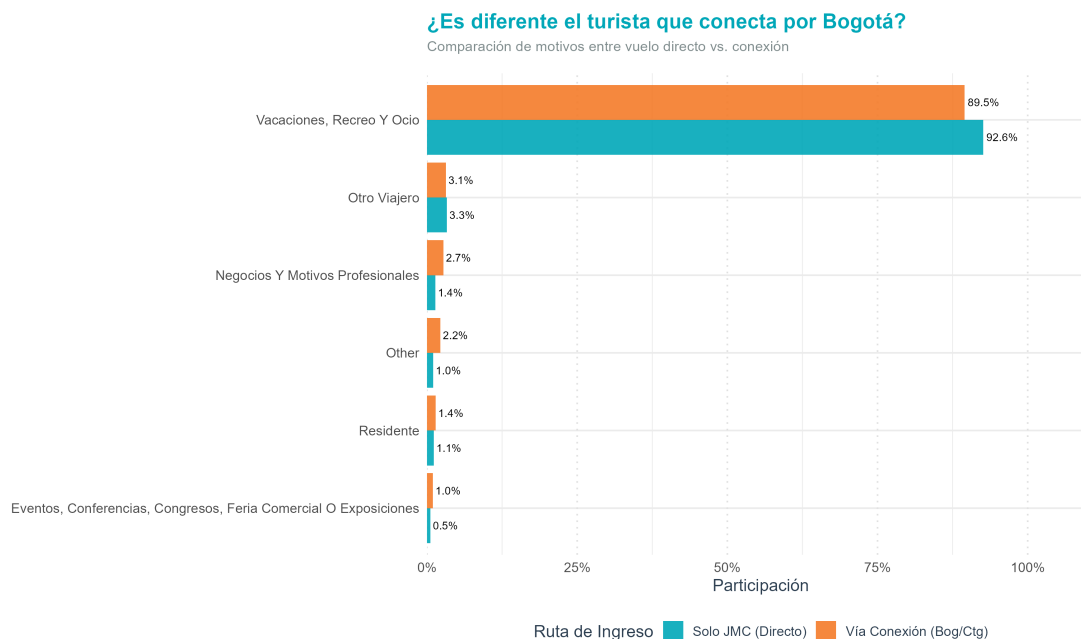


Figure 9: Composición de motivos de viaje según vía de ingreso.

Tanto el visitante directo como el de conexión son predominantemente vacacionales (92,6% y 89,5% respectivamente), pero el de conexión muestra mayor diversidad: el componente de *Negocios* sube del 1,4% al 2,7% (casi el doble), *Eventos/Conferencias* del 0,5% al 1,0%, y *Otros* del 1,0% al 2,2%. La hipótesis razonable es que el visitante por conexión combina su viaje a Medellín con gestiones en otras ciudades colombianas o con itinerarios multipaís.

6 Inteligencia de Gasto (Credibanco)

6.1 Ticket Promedio: el Más Alto del Benchmark



Figure 10: Ticket promedio por transacción: Estados Unidos vs. Otros Extranjeros.

La Figura 10 establece el primer hallazgo cuantitativo distintivo del consumo estadounidense. El ticket promedio por transacción es de **\$313.951 COP**, frente a **\$189.614** del promedio del resto de extranjeros: un **65,6% mayor**. Esto coloca a Estados Unidos en el **primer lugar** de los tres mercados auditados en términos de ticket por operación:

- **Estados Unidos:** +65,6% sobre el promedio internacional.
- **Panamá:** +48,3% sobre el promedio.
- **Francia:** -14,7% sobre el promedio.

Combinado con la estancia media de 10,8 días y el volumen masivo, esto configura un perfil de visitante que **multiplica las tres dimensiones del valor económico:** muchos visitantes, cada uno gastando alto por transacción, durante varios días. La derrama económica resultante es la más alta de cualquier mercado emisor de la ciudad.

6.2 Distribución Espacial: Concentración Extrema en El Poblado

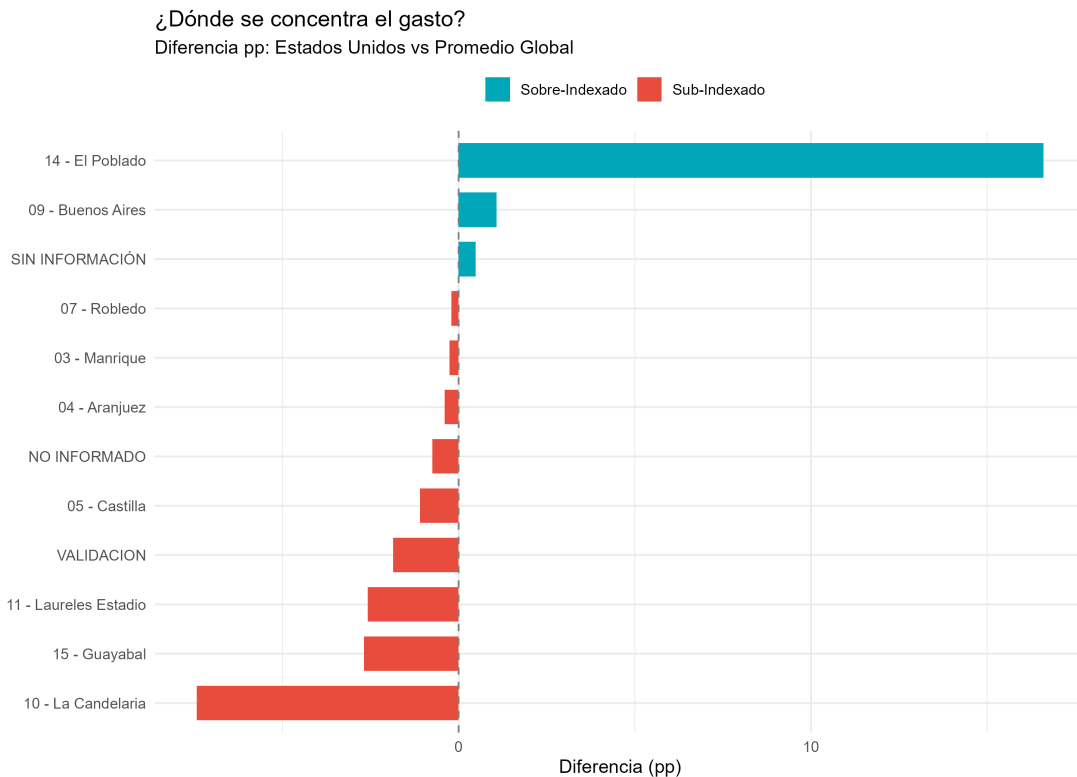


Figure 11: Sobre/sub-indexación del gasto estadounidense por comuna, en puntos porcentuales frente al promedio internacional.

El visitante estadounidense está más fuertemente concentrado en El Poblado que ningún otro mercado: **sobre-indexación de aproximadamente +16,5 pp**, valor superior al de Francia (+14,8 pp) y Panamá (+12,5 pp). La única otra zona con sobre-indexación relevante es **Buenos Aires (+1,5 pp)** y, marginalmente, “SIN INFORMACIÓN” (+0,5 pp). En todas las demás comunas el estadounidense gasta menos que el promedio internacional, con sub-indexaciones notables en **La Candelaria (-6,0 pp)**, Guayabal (-3,0), Laureles-Estadio (-3,0) y otras zonas.

A diferencia del francés (que sobre-indexaba moderadamente en Buenos Aires) y similar al panameño, el estadounidense **no es un visitante explorador de barrios alternativos**. Su circuito se cierra en El Poblado, con incursiones marginales a Buenos Aires. Esta concentración extrema, aplicada al volumen masivo del mercado, genera presión operativa significativa sobre la oferta de El Poblado y reproduce desequilibrios de carga zonal documentados por la planeación urbana.

6.3 Estructura de Categorías: Hospedaje y Gastronomía Con- centran 59%

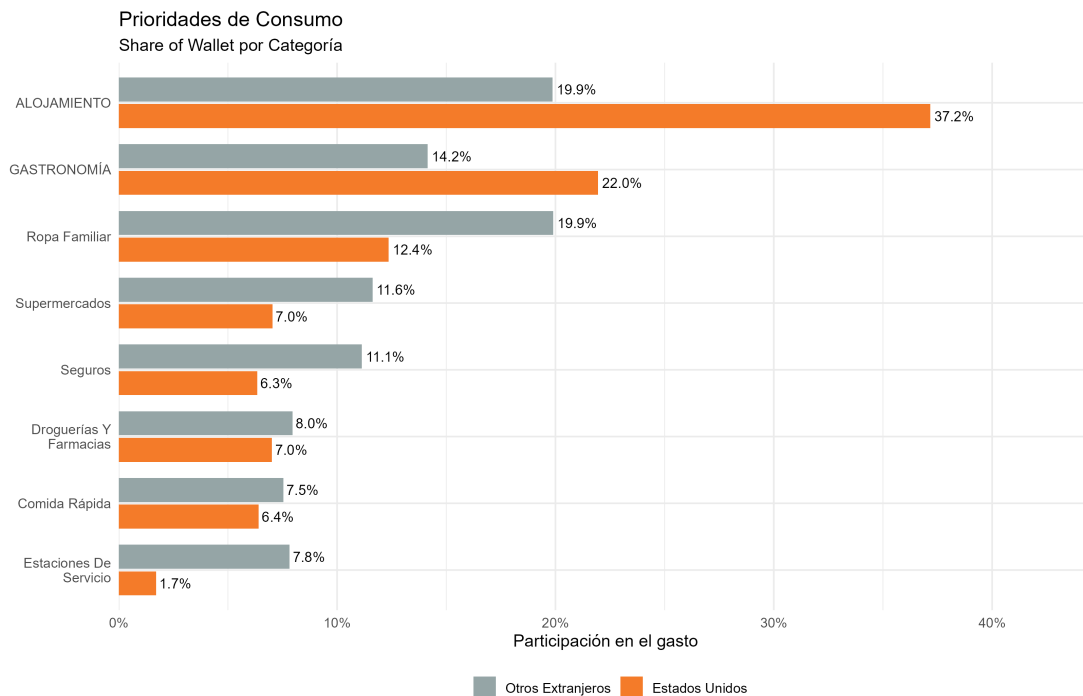


Figure 12: Share of wallet por categoría: Estados Unidos vs. Otros Extranjeros.

La Figura 12 reordena la lectura del gasto estadounidense:

- **Alojamiento:** 37,2% (USA) vs. 19,9% (Otros). **Casi el doble.**
- **Gastronomía:** 22,0% vs. 14,2%. Significativamente mayor.
- Estas dos categorías suman **59,2%** del gasto estadounidense, frente a 34,1% del promedio internacional.

En todas las demás categorías, USA gasta *menos* que el promedio: ropa familiar (12,4% vs. 19,9%), supermercados (7,0% vs. 11,6%), seguros (6,3% vs. 11,1%), droguerías (7,0% vs. 8,0%), comida rápida (6,4% vs. 7,5%) y estaciones de servicio (1,7% vs. 7,8%).

Una observación importante: a diferencia de Panamá —donde droguerías y farmacias absorbían el 26,1% del wallet en un patrón de turismo médico— USA tiene droguerías en 7,0%, *ligeramente por debajo* del promedio internacional. Esto confirma que el visitante estadounidense **no es un comprador de medicamentos**, sino

un visitante de turismo vacacional puro centrado en hospedaje + restauración. Este perfil es coherente con el motivo declarado (92,6% ocio) y con la cultura norteamericana de viaje, donde el seguro médico de viaje cubre eventualidades sin necesidad de farmacia local.

6.4 Distribución Detallada por Categoría (Ridges)

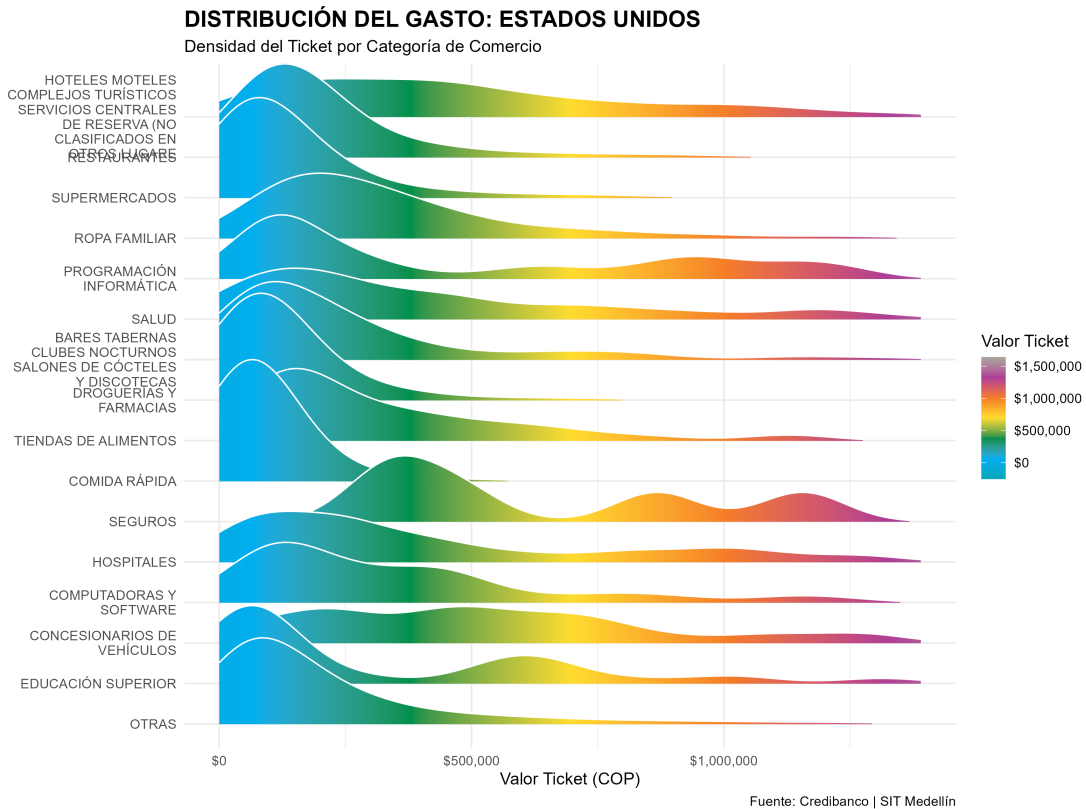


Figure 13: Densidad del valor del ticket por categoría comercial.

El ridges plot revela una **diversidad inusualmente amplia** de comportamientos de gasto. Las categorías con colas largas hacia tickets altos (> 1 millón COP) son numerosas: *Hoteles, Moteles y Complejos Turísticos* (cola hasta \$1,5M), *Programación Informática* (distribución bimodal con segundo pico cerca de \$1M, posibles nómadas digitales), *Salud y Hospitales* (colas largas, segmento médico de alto valor), *Computadoras y Software*, *Concesionarios de Vehículos* (presencia inusual, posibles arriendos largos o adquisiciones), *Educación Superior* (cola hasta \$1M), *Seguros* (bimodal con picos en \$1M y \$1,3M) y *Comida Rápida* con un pico bi-

modal en \$400K. En conjunto, USA exhibe una huella mucho más variada que la de Panamá (concentrada en farmacéutico) o Francia (concentrada en alojamiento + gastronomía).

6.5 Tendencia Temporal: Estacionalidad Bimodal Pronunciada

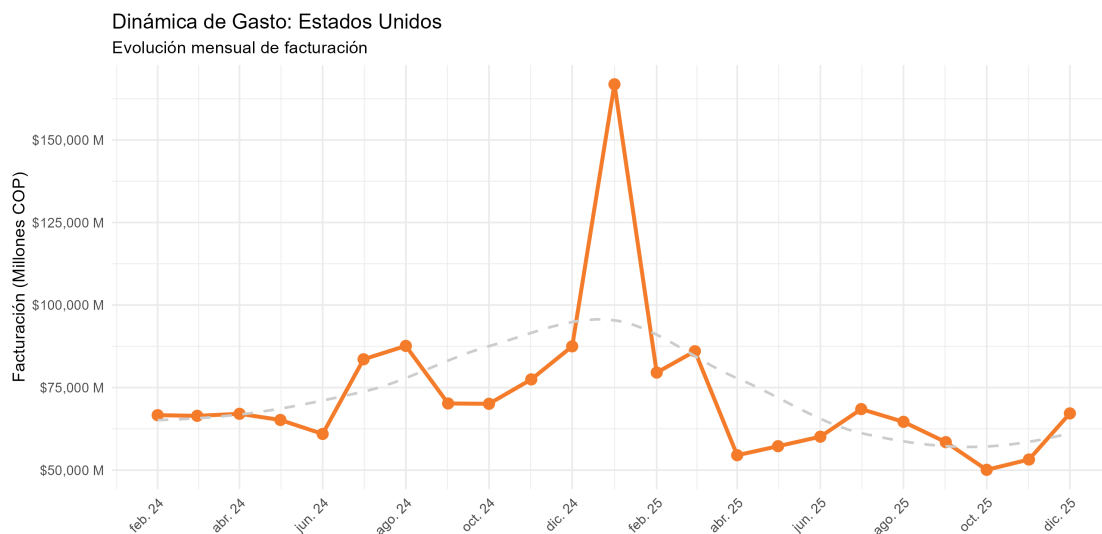


Figure 14: Evolución mensual de la facturación con origen Estados Unidos.

La serie cubre febrero 2024 – diciembre 2025 a una escala notablemente mayor que la de los otros mercados (en decenas de miles de millones COP mensuales). El comportamiento es **altamente estacional** con dos picos anuales: julio – agosto (verano boreal, ~\$83–87 mil millones) y noviembre – diciembre (Thanksgiving + Navidad, ~\$77–87 mil millones). Sobre estos picos destaca un **máximo atípico en enero 2025 cercano a \$170 mil millones COP** (el doble del valor típico), seguido de retorno rápido a la banda. Los valles se ubican en abril – junio y septiembre – octubre (~\$50–60 mil millones). La tendencia 2025 es de descenso suave desde el pico de febrero hasta octubre, con recuperación hacia diciembre. La amplitud entre máximo atípico y mínimo es de más del triple, reflejando la fuerte estacionalidad operativa que enfrenta el sector.

6.6 Calidad del Gasto: Ticket por Visitante en Estancia

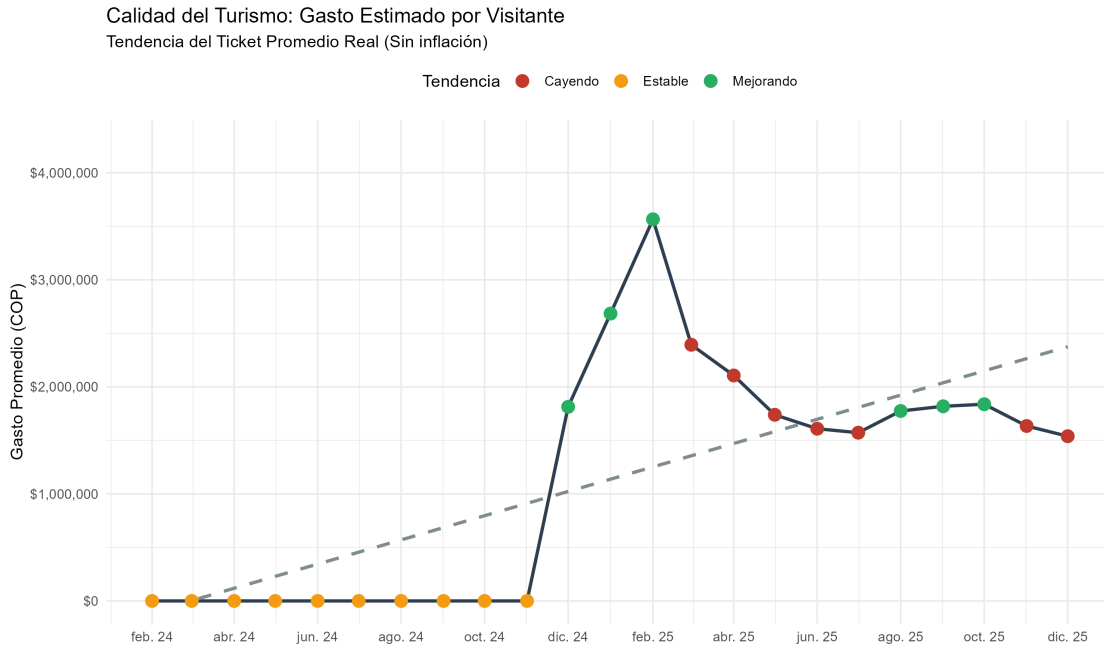


Figure 15: Gasto promedio estimado por visitante (ticket de estancia, sin inflación).

La Figura 15 cuantifica el gasto total por visitante durante su estancia. Tras un segmento sin datos (febrero – octubre 2024), la serie despierta en noviembre – diciembre 2024 con valores en torno a \$1,8 millones COP por visitante. Salta a un pico máximo de **\$3,5 millones COP en febrero 2025**, seguido de descenso pronunciado hasta junio 2025 (~\$1,6M) y estabilización en una banda de \$1,5 – 1,8M durante el resto de 2025. El nivel típico observado en 2025 es de **\$1,5 – 2,0 millones COP por visitante**, valor coherente con un perfil de estancia media-alta y ticket por transacción alto. Multiplicado por los 439.482 visitantes anuales, el orden de magnitud de la derrama económica directa estadounidense en 2025 supera con holgura el medio billón de pesos colombianos.

6.7 Impacto Económico Directo: Volumen vs. Facturación

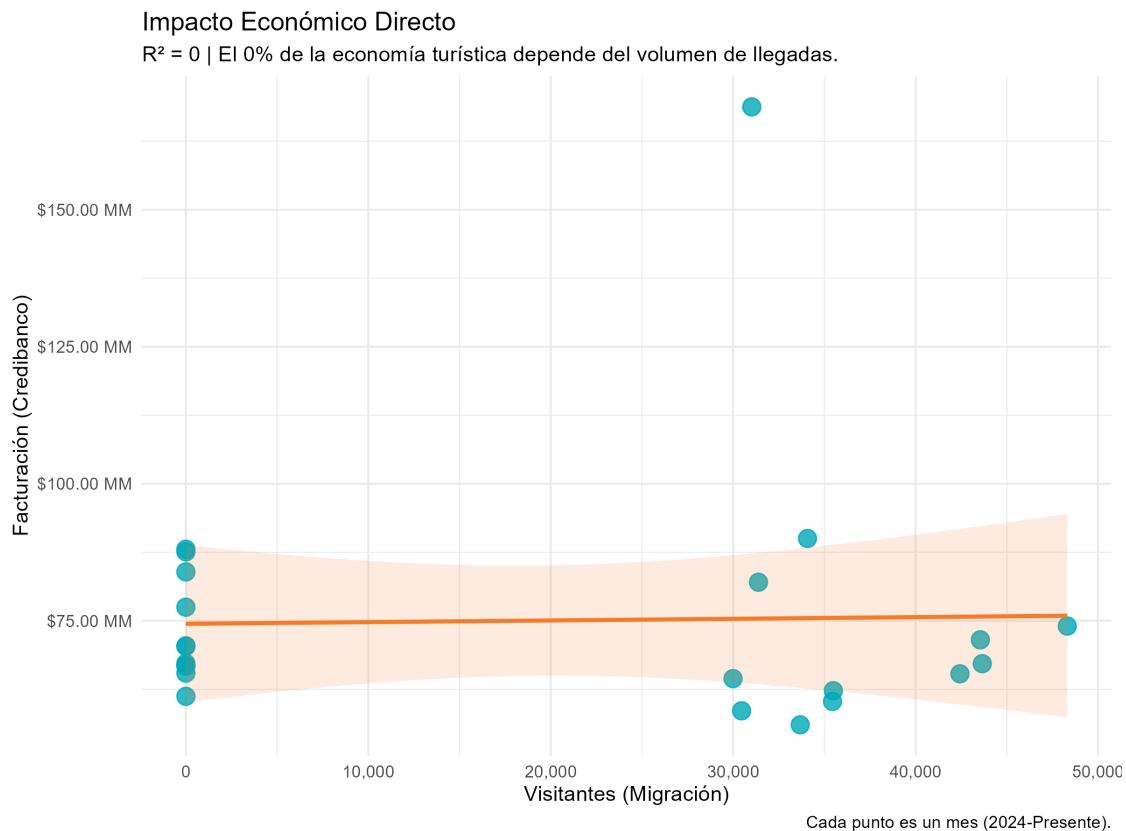


Figure 16: Relación entre llegadas (Migración) y facturación (Credibanco) por mes.

Para el mercado estadounidense, el modelo lineal entre volumen de llegadas y facturación tiene un $R^2 = 0$ (la pendiente es prácticamente plana). La conclusión operativa es directa y converge con la observada en otros mercados: **atraer más visitantes estadounidenses no garantiza, por sí solo, más derrama económica**. Lo que mueve la facturación son otras variables —perfil del visitante, duración de la estancia, mix de productos consumidos— más que el conteo bruto. Es notable: aun siendo el mercado más masivo de los analizados, la elasticidad volumen-facturación es nula. La estrategia debe enfocarse en **cualificar la captura**, no en maximizar el conteo.

7 Modelos Estadísticos y Proyecciones

7.1 Pronóstico ARIMA(2,0,1)(0,1,0)[12]



Figure 17: Pronóstico estacional de reservas mensuales (Amadeus GDS), horizonte 6 meses.

El modelo ARIMA(2,0,1)(0,1,0)[12] ajusta una serie histórica que muestra: pico inicial en mid-2022 (~15.000 reservas), estabilización con estacionalidad bimodal entre 2022 y 2025 (banda de 6.000 – 13.000), y **caída pronunciada hacia abril 2026** (~2.000). El modelo proyecta para los seis meses siguientes una recuperación hacia el pico de verano boreal (~7.800 en julio – agosto 2026) seguida de descenso a ~6.700 en octubre. El pico proyectado es *menor que los picos históricos recientes* y las bandas de confianza al 95% son amplias.

Sin embargo, esta lectura debe calificarse con la información adicional de Migración Colombia: las llegadas reales de USA crecieron +17,5% en 2025 frente a 2024. La divergencia entre Amadeus (en caída) y Migración (en alza) confirma el diagnóstico previo: **el GDS subestima estructuralmente al mercado estadounidense** porque el ocio se canaliza por OTAs y webs directas. El pronóstico de Amadeus es por tanto *más válido para el componente corporativo* que para el flujo total.

7.2 Brecha de Conversión Aérea (Lectura Inversa)

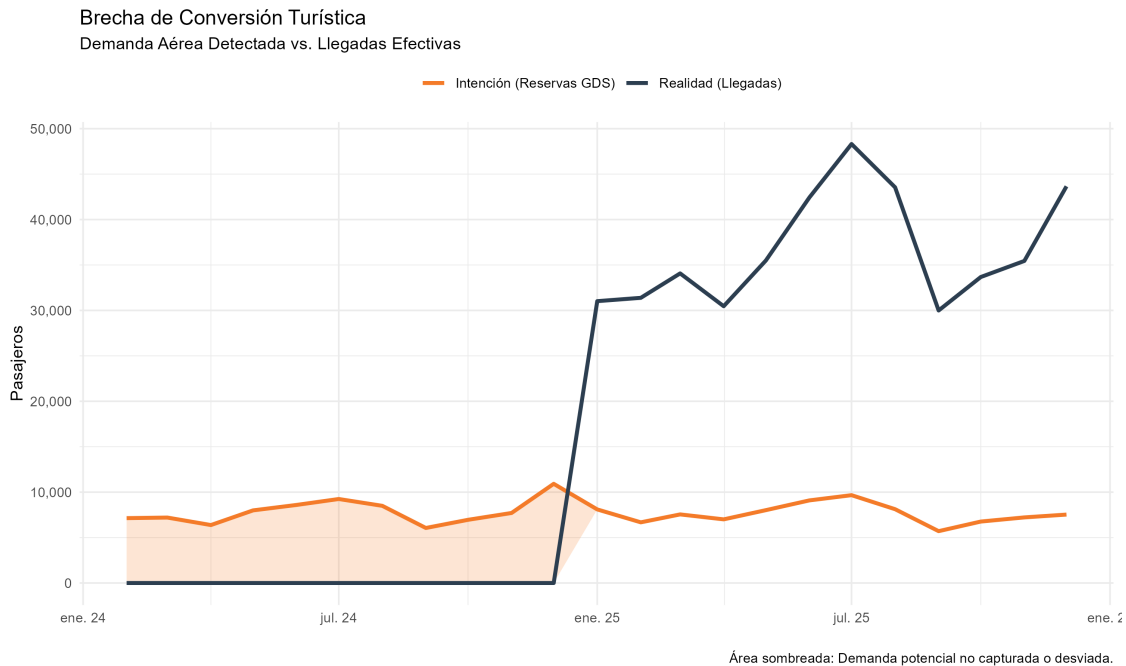


Figure 18: Brecha entre demanda aérea detectada en GDS y llegadas efectivas.

La Figura 18 muestra el patrón **inverso al de Francia**: la línea oscura de llegadas reales (Migración Colombia) se ubica claramente *por encima* de la línea naranja de intención GDS desde inicios de 2025, con llegadas reales que oscilan entre 30.000 y 48.000 mensuales mientras GDS oscila entre 6.000 y 11.000. Es decir, las llegadas son del orden de **cuatro a cinco veces mayores que la señal GDS**. Esto corrobora con datos visuales el diagnóstico de canal de reserva: para USA, el indicador adecuado de demanda es Migración Colombia, no Amadeus. La brecha aparente no representa demanda no capturada, sino que documenta la migración hacia canales directos (web aerolíneas y OTAs) ya consolidada en el mercado norteamericano.

7.3 Matriz de Valor Turístico Mensual

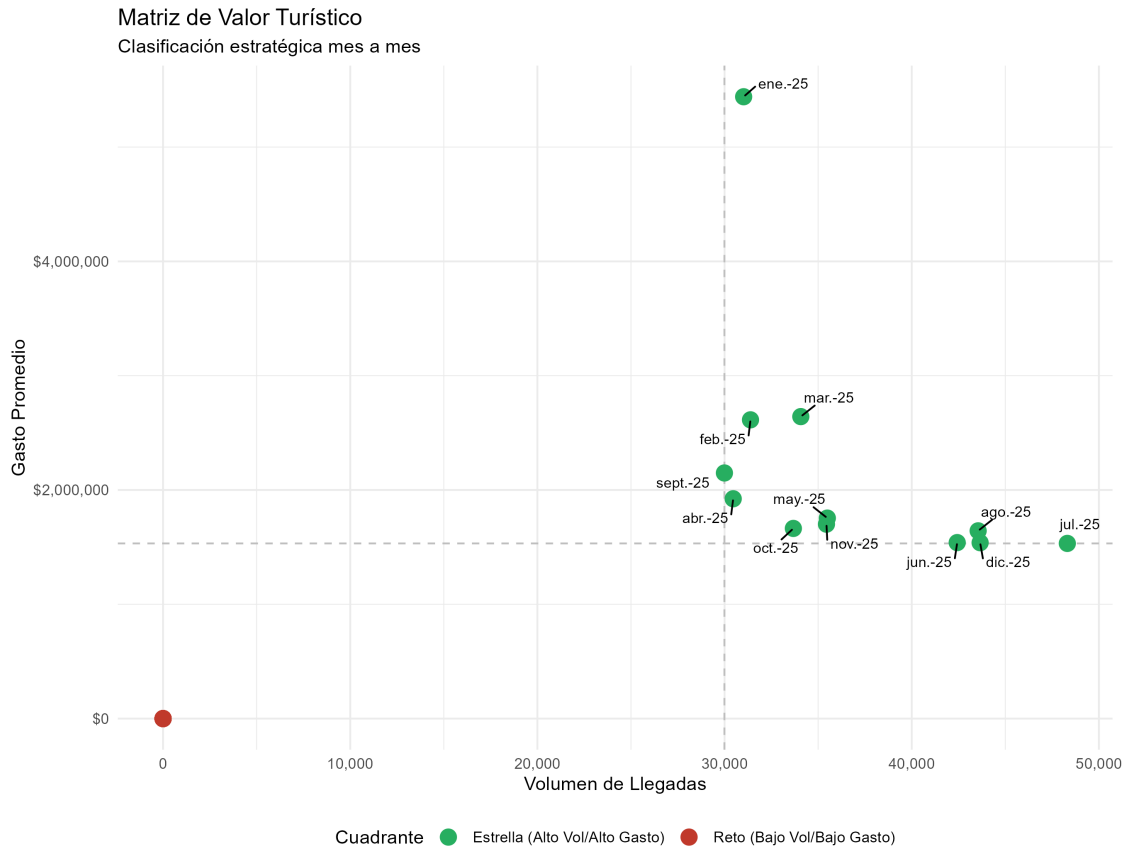
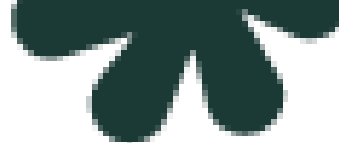


Figure 19: Clasificación estratégica mes a mes de visitantes vs. gasto promedio.

Todos los meses con datos válidos para 2025 caen en el cuadrante “Estrella” (alto volumen + alto gasto). Esto significa que USA no presenta meses “problemáticos” desde el punto de vista de la combinación volumen-valor: cada mes del año contribuye fuertemente a la derrama económica del destino. El mes de enero 2025 destaca como un punto excepcional con \$5,5M de gasto promedio por visitante (más del doble de cualquier otro mes), valor coherente con el pico de \$170 mil millones de facturación observado en CRE_04.



7.5 Patrón de Estacionalidad Anual

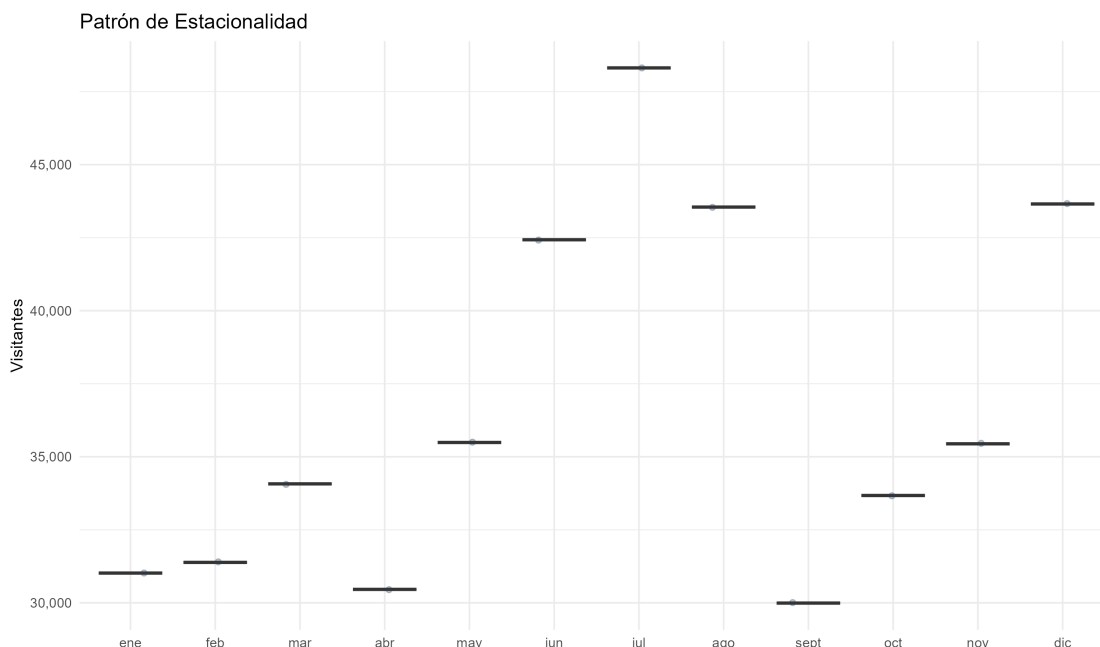


Figure 21: Volumen mensual típico de visitantes estadounidenses.

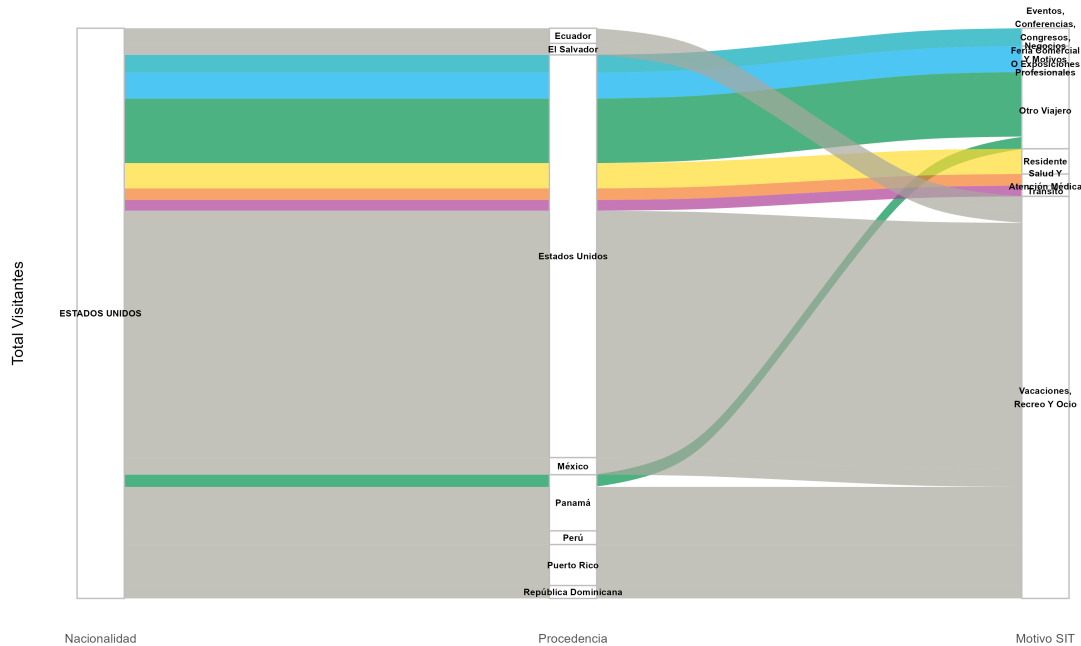
El patrón estacional consolidado revela **dos picos claros**: julio (~48.000 visitantes) y agosto-diciembre (~43–44.000), con dos valles en septiembre (~30.000) y abril (~30.000). El pico de verano boreal corresponde a las vacaciones escolares estadounidenses; el pico de fin de año a Thanksgiving (cuarto jueves de noviembre) y Navidad. Es la señal estacional más definida de los tres mercados auditados, lo que facilita la planeación de capacidad y la programación de campañas.

8 Visualizaciones Premium

8.1 Flujos Origen-Destino (Sankey)

DINÁMICA DE FLUJOS: ESTADOS UNIDOS

Relación entre Nacionalidad, Procedencia y Motivo SIT Medellín



Fuente: Migración Colombia (No residentes) | SIT Medellín - Máximo Rigor

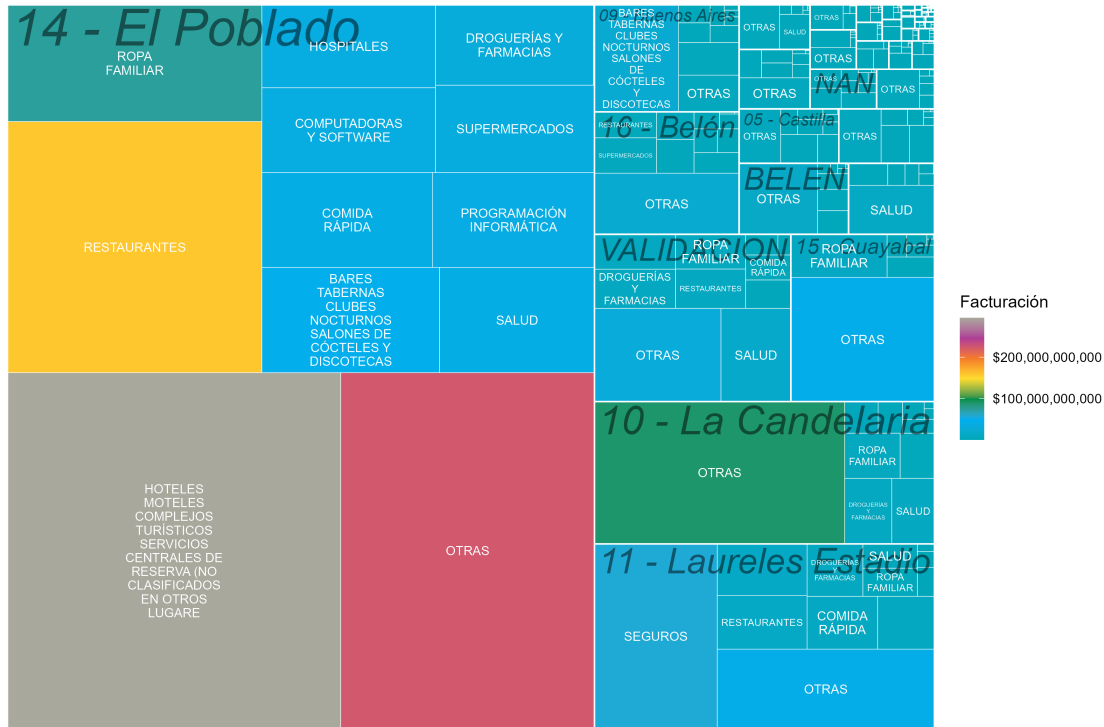
Figure 22: Diagrama Sankey: nacionalidad estadounidense → país de procedencia → motivo SIT.

El Sankey muestra el patrón de *vuelo directo dominante*: la banda gris que une “Estados Unidos” (procedencia) con “Vacaciones, Recreo y Ocio” (motivo) es la más grande del diagrama, configurando el corredor aéreo más activo de Medellín. Aparecen procedencias secundarias muy pequeñas (Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana) que reflejan flujos de estadounidenses haciendo viajes multidestino o triangulando vía hubs caribeños y centroamericanos. En el lado de motivos, casi todo el flujo se canaliza a “Vacaciones”, con bandas perceptibles hacia “Otro Viajero”, “Eventos/Conferencias” y “Negocios”, confirmando la composición multimotivo aunque predominantemente vacacional.

8.2 Jerarquía de Gasto (Treemap)

JERARQUÍA DE GASTO: ESTADOS UNIDOS

Distribución por Comuna y Categoría (Nacionalidad Tarjeta)



Fuente: Credibanco | SIT Medellín - Máximo Rigor Estadístico

Figure 23: Jerarquía del gasto estadounidense por comuna y categoría comercial.

El treemap visualiza la concentración extrema del consumo estadounidense en El Poblado. La escala de la leyenda llega a **\$200 mil millones COP**, un orden de magnitud mayor que las observadas en los treemaps de Francia (\$7,5MM) y Panamá (\$12,5MM). Dentro de El Poblado, las dos manchas de mayor color son *Restaurantes* (color amarillo, ~\$100–150 mil millones) y *Hoteles, Moteles y Complejos Turísticos* (gris grande), confirmando los hallazgos de la Figura 12. También aparecen con presencia notable: *Otras*, *Ropa Familiar*, *Hospitales*, *Droguerías y Farmacias*, *Computadoras y Software*, *Supermercados*, *Comida Rápida*, *Programación Informática*, *Bares y Clubes Nocturnos* y *Salud*. La diversidad de categorías dentro de El Poblado es notablemente más rica que en otros mercados.

8.3 Evolución Temporal de Visitantes (Streamgraph)

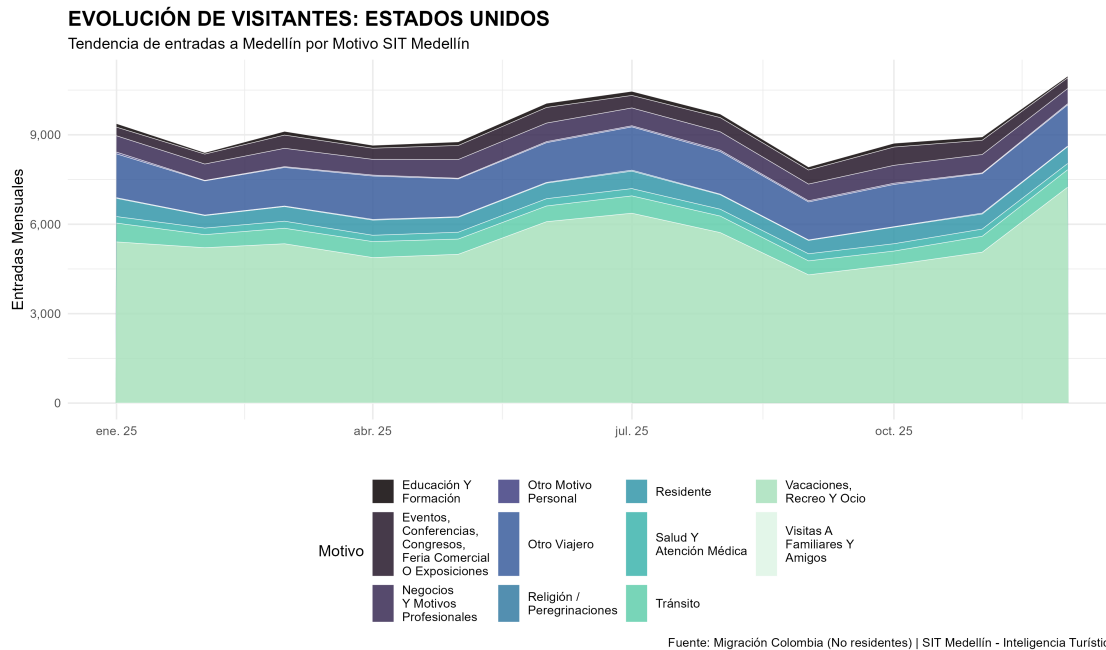
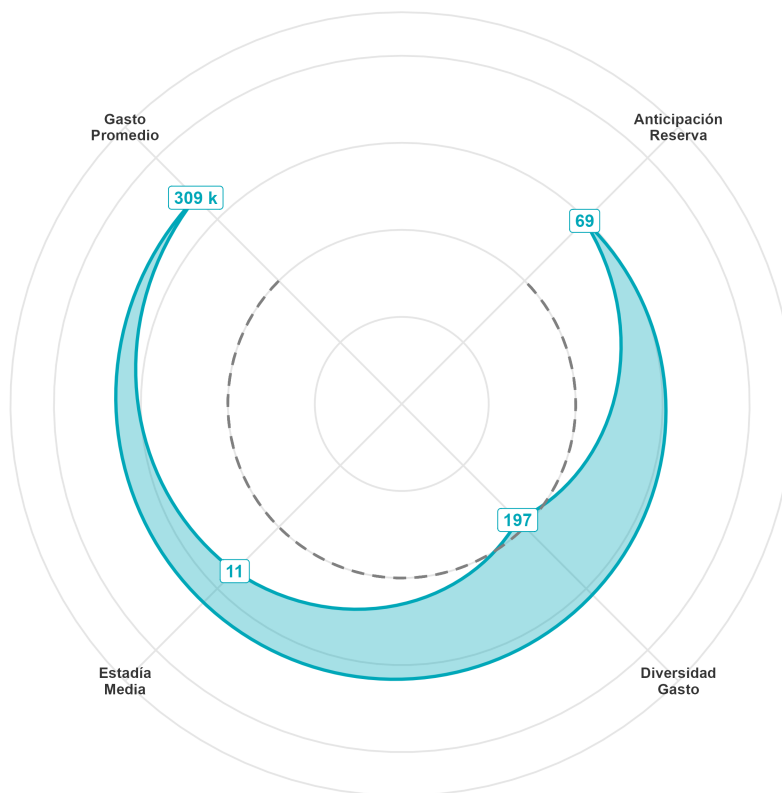


Figure 24: Streamgraph: entradas mensuales 2025 desagregadas por motivo SIT.

El streamgraph cubre los doce meses de 2025. La franja *Vacaciones, Recreo y Ocio* domina la masa visual con margen amplio. Las demás motivaciones —*Otro Viajero, Eventos/Conferencias, Negocios, Tránsito, Salud*— aparecen como capas finas en la parte superior. El total mensual oscila entre 7.500 (valles agosto-septiembre) y 11.000 (picos julio y diciembre), confirmando la estacionalidad bimodal observada en los gráficos previos.

8.4 Perfil Multidimensional (Radar): el Más Equilibrado

PERFIL MULTIDIMENSIONAL: Estados Unidos
Métricas normalizadas (0-1) vs. Promedio Global — Basado en datos reales



Fuentes: Migración, Credibanco, Amadeus | SIT Medellín

Figure 25: Perfil multidimensional del visitante estadounidense frente al promedio internacional.

La Figura 25 muestra los cuatro ejes con datos: *Gasto Promedio* (\$309K, claramente fuera del círculo gris promedio), *Anticipación de Reserva* (69 días, sobre el promedio), *Diversidad de Gasto* (197, sobre el promedio) y *Estadía Media* (11 días, sobre el promedio). El arco azul de USA **está por fuera del círculo gris en todos los ejes simultáneamente**: es el único de los tres mercados auditados que cumple esta condición. Francia se ubicaba por dentro del promedio, Panamá estaba por encima en gasto pero por debajo en estadía. Solo USA combina las cuatro dimensiones del valor por encima del referente. Esta es la imagen estadística más concisa de su rol como “mercado pivote” del sistema turístico de Medellín.

8.5 Matriz de Correlación de Gasto entre Comunas

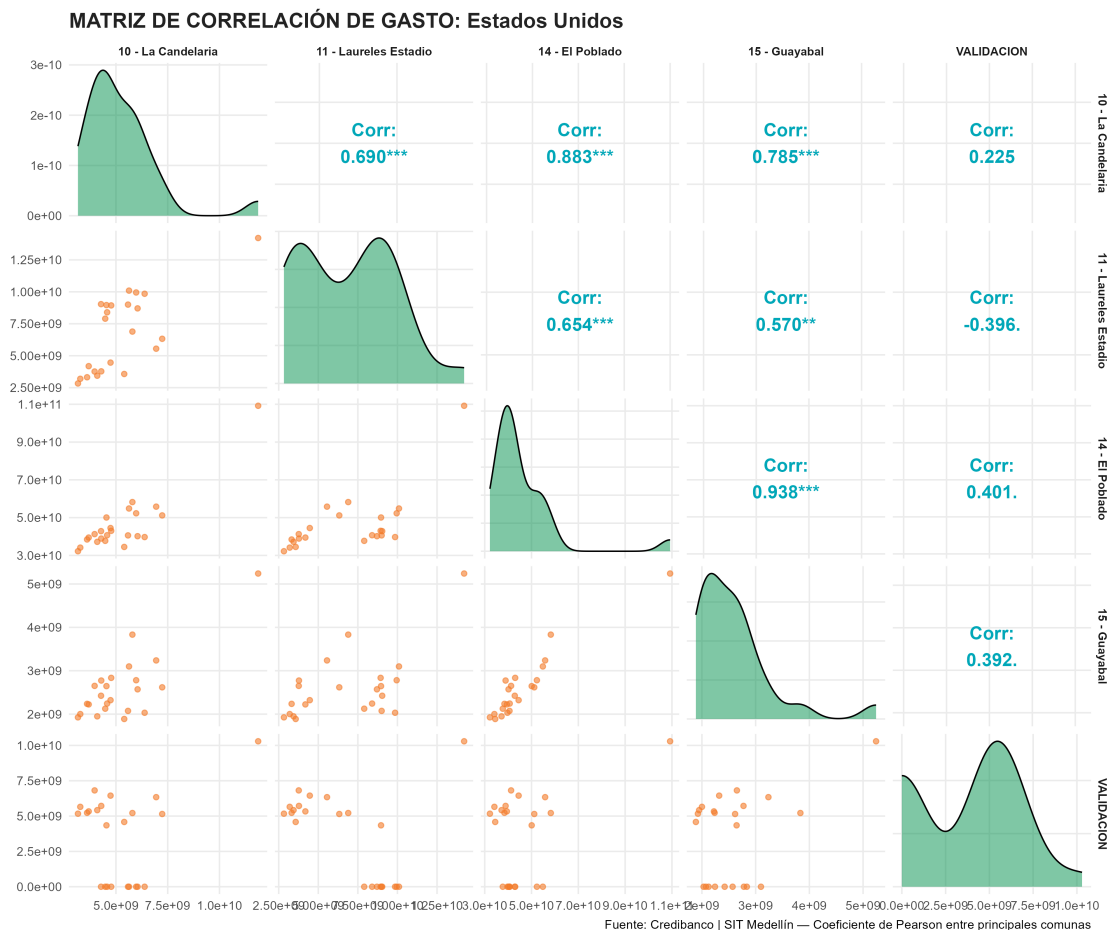


Figure 26: Matriz de correlación de Pearson del gasto mensual entre comunas principales.

Las correlaciones entre las series mensuales de gasto del visitante estadounidense entre comunas son altas. Lo más llamativo: la correlación más alta no es la del binomio tradicional Poblado–Laureles ($r = 0,654^{***}$) sino la de **El Poblado** ↔ **Guayabal** ($r = 0,938^{***}$), casi una relación lineal perfecta. Esto sugiere que cuando el visitante estadounidense tiene un buen mes en El Poblado, simultáneamente Guayabal lo tiene también —posiblemente porque Guayabal alberga centros comerciales (Mall del Este, Premium Plaza), oficinas de aerolíneas y servicios complementarios al gasto en hospedaje y gastronomía. La Candelaria y Guayabal ($r = 0,785^{***}$) y La Candelaria y El Poblado ($r = 0,883^{***}$) también muestran correlaciones altas. La escala absoluta confirma la concentración: El Poblado opera en \$30 – \$100 mil

millones COP mensuales, otras comunas en \$2 – \$10 mil millones.

9 Tablas Estadísticas

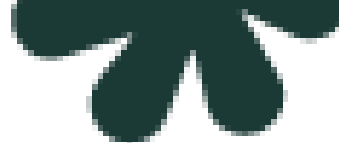
9.1 Llegadas Anuales y Crecimiento

Año	Visitantes	Crecimiento
2020	55.631	—
2021	145.839	+162,2%
2022	261.769	+79,5%
2023	295.670	+13,0%
2024	373.957	+26,5%
2025	439.482	+17,5%

La trayectoria muestra: caída 2020 por la pandemia (todavía 55.631 visitantes), recuperación rápida en 2021, expansión explosiva en 2022, ralentización en 2023, aceleración en 2024 y nueva expansión en 2025. **Es el único mercado auditado con crecimiento sostenido a lo largo de los seis años analizados**, sin corrección a la baja en ningún período. Esto perfila a Estados Unidos como un mercado en consolidación continua, no en madurez estancada.

9.2 Ranking de Motivos de Viaje

Motivo de viaje	Visitantes	Participación
Vacaciones, Recreo y Ocio	407.023	92,6%
Otro Viajero	14.558	3,3%
Negocios y Motivos Profesionales	6.020	1,4%
Residente	4.925	1,1%
Salud y Atención Médica	2.406	0,5%
Eventos, Conferencias, Congresos y Ferias	2.400	0,5%



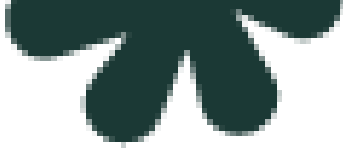
Motivo de viaje	Visitantes	Participación
Tránsito	1.575	0,4%
Educación y Formación	406	0,1%
Otro Motivo Personal	112	0,0%
Religión / Peregrinaciones	54	0,0%
Visitas a Familiares y Amigos	2	0,0%
Otro	1	0,0%
TOTAL	439.482	100,0%

Table 1: Ranking de motivos de viaje del mercado estadounidense, 2025.

La concentración en ocio (92,6%) es la más alta de los tres mercados auditados, superando a Francia (87,2%) y Panamá (85,0%). El componente corporativo declarado es marginal (1,4% negocios + 0,5% eventos = 1,9%), aunque las reservas Amadeus revelan un componente MICE mucho mayor (ver Figura 4). La categoría “Visitas a Familiares y Amigos” aparece con 2 visitantes en 2025, valor anómalo que probablemente refleja un cambio de criterio de clasificación en migración (los visitantes a familia se reclasifican como “ocio” o “residente”).

9.3 Benchmark de Estancia Media (Países Comparables)

País emisor	Estancia media (días)
España	23,8
Canadá	15,3
Estados Unidos	10,8
Brasil	8,1
México	7,8
Perú	7,7
Panamá	6,7
Colombia (interno)	3,4



Estados Unidos se ubica en el tercer lugar del benchmark, posición consistente con su perfil de viaje internacional de duración media-alta y con la presencia significativa de visitantes de larga estancia (nómadas digitales, retirados, diáspora extendida).

10 Síntesis Estratégica y Recomendaciones

Hallazgos Centrales Verificados (1/2)

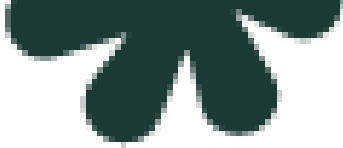
1. **Mercado masivo en crecimiento sostenido:** 439.482 visitantes en 2025 (+17,5% vs. 2024); único mercado auditado con crecimiento positivo cada año desde 2020.
2. **Conectividad directa sólida:** 93,0% llega directo a JMC desde Estados Unidos (425.132 personas).
3. **Distribución de estancia equilibrada:** categoría modal “semana” (39,9%), con presencia significativa de escapada (26,3%), vacación (22,2%) y larga estancia (11,6%).
4. **Estancia media de 10,8 días,** tercera más alta del benchmark.
5. **Ticket promedio más alto del benchmark:** \$313.951 COP, +65,6% sobre el promedio internacional.
6. **Concentración extrema en El Poblado:** sobre-indexación de +16,5 pp, mayor que en Francia o Panamá; sin sobre-indexaciones alternativas relevantes.
7. **Wallet centrado en hospedaje y gastronomía:** 59,2% del gasto se concentra en estas dos categorías.
8. **Sin componente farmacéutico:** droguerías en 7,0%, ligeramente bajo el promedio internacional. No es un mercado de turismo médico.

Hallazgos Centrales Verificados (2/2)

9. **Estacionalidad bimodal pronunciada:** picos en julio–agosto (verano boreal) y noviembre–diciembre (Thanksgiving + Navidad).
10. **Anticipación alta de reserva:** 69 días en promedio, marca cultural distintiva del mercado.
11. **Componente MICE significativo en GDS:** marzo 2026 con 1.033 reservas de negocios + 823 de ocio. Amadeus es proxy válido del componente corporativo, no del flujo total.
12. **Diversidad de gasto alta:** índice 197 (sobre el promedio); huella de consumo en múltiples categorías incluyendo tecnología, salud, educación y entretenimiento.
13. **Volumen no explica facturación:** $R^2 = 0$. Capturar más visitantes no garantiza más derrama; lo que importa es el perfil.
14. **Las cuatro comunas turísticas se mueven coordinadas:** El Poblado–Guayabal con $r = 0,938^{***}$ (la correlación más alta observada).
15. **El único mercado por encima del promedio en las cuatro dimensiones del radar:** gasto, anticipación, diversidad y estadía.

10.1 Recomendaciones para la Política Pública Turística

- **Sostener la inversión en mantenimiento del mercado:** dado el peso estructural de USA (más del 60% de las llegadas extranjeras a JMC), perder un punto porcentual de crecimiento en este mercado tiene más impacto absoluto que ganar diez puntos en mercados menores. La política debe enfocarse en *no perder lo que se tiene*, más que en abrir nuevos frentes.
- **Diversificar la huella territorial:** la sobre-indexación del 16,5 pp en El Poblado, aplicada al volumen masivo, genera presión crítica sobre la oferta de la comuna 14. Diseñar productos competitivos en Buenos Aires (única zona con sobre-indexación alternativa, +1,5 pp) y en zonas adyacentes a El Poblado para aliviar la concentración.
- **Profundizar el segmento MICE:** el componente corporativo visible en Amadeus (especialmente para marzo 2026) sugiere oportunidad real de fortalecer Medellín como sede de eventos y conferencias estadounidenses, con el componente

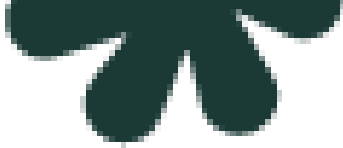


de salud (Clínico, congresos médicos) como núcleo natural por la oferta clínica de la ciudad.

- **Ofertas para el visitante de larga estancia (nómada digital, retirado):** el 11,6% de larga estancia y la presencia visible de *Programación Informática y Educación Superior* en el treemap configuran un nicho real de visitantes 4–6 semanas. Productos integrados de coliving, español como segunda lengua y rutas regionales tienen demanda probada.
- **Aprovechar la planeación anticipada:** con 69 días de anticipación promedio, Medellín tiene una ventana operativa amplia para revenue management, programación de eventos especiales, alianzas con OTAs y campañas anticipadas focalizadas a periodos pico (junio-julio y noviembre-diciembre).
- **Monitorear el indicador correcto:** Amadeus subestima el flujo total de USA por la migración hacia OTAs y webs directas. La medida robusta de volumen es Migración Colombia. Amadeus debe usarse para señales del componente MICE y de la composición por motivo, no como termo metro de tamaño del mercado.
- **Captura cualificada en lugar de masificación:** dado que $R^2 = 0$ entre volumen y facturación, la estrategia debe priorizar perfiles de alta estancia y consumo diversificado. Indicadores de éxito relevantes: gasto por visitante, recurrencia, dispersión territorial, y profundidad de la cesta de consumo (más allá de hospedaje + restauración).

11 Notas Metodológicas

- **Migración Colombia:** entradas internacionales al aeropuerto José María Córdova (JMC) con destino Antioquia, filtradas por nacionalidad estadounidense. Es el indicador robusto de volumen para este mercado.
- **Amadeus GDS:** reservas aéreas con destino Medellín (MDE) procesadas como *net bookings*. Para USA, este indicador subestima el flujo total porque una proporción creciente del tráfico se canaliza por canales directos (web aerolíneas, OTAs). Sirve como proxy del componente corporativo, no del flujo total.
- **Credibanco:** transacciones con tarjetas de origen Estados Unidos en establecimientos de Medellín, serie disponible desde inicios de 2024. Incluye



tarjetahabientes residentes de origen estadounidense y visitantes con tarjeta estadounidense, sin distinción operativa.

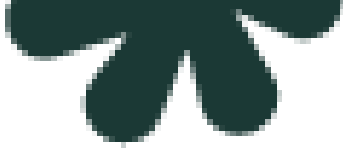
- **Diferencia entre escalas:** las series mensuales y los agregados anuales pueden mostrar agregaciones distintas según el filtro aplicado; los gráficos mensuales (streamgraph) y los agregados anuales (Tabla 1) usan unidades operativas no necesariamente sumables.
- **Promedio comparativo de “Otros Extranjeros”:** para el cómputo del ticket promedio comparativo (Figura 10), el valor del promedio internacional reportado para el contraste contra USA (\$189.614) es distinto al usado en los informes de Francia (\$208.405) y Panamá (\$207.602), probablemente porque excluye al propio mercado USA del promedio comparativo. Esta exclusión es metodológicamente correcta.
- Los modelos ARIMA seleccionan automáticamente la especificación con menor AICc. La especificación aplicada para Estados Unidos en este informe es ARIMA(2,0,1)(0,1,0)[12], que captura dinámica autorregresiva y estacionalidad anual.
- Las inferencias del informe son válidas para 2025 (período de análisis); la extrapolación a otros años requiere validación con la siguiente ola de datos.

— Fin del Informe —

Generado por el Sistema de Inteligencia Turística – SIT Medellín · 10/03/2026

References

- [1] Unidad Administrativa Especial Migración Colombia, “Estadísticas de entradas y salidas internacionales”, 2025. [Online]. Available: <https://www.migracioncolombia.gov.co/>. [Accessed: 10-Mar-2026].
- [2] Amadeus IT Group, “Travel Insights – Latin America Inbound Markets”, 2024. [Online]. Available: <https://amadeus.com/>. [Accessed: 10-Mar-2026].
- [3] Credibanco S.A., “Reportes de transaccionalidad con tarjetas internacionales – Medellín”, 2025. [Acceso institucional restringido a entidades aliadas del SIT].

- 
- [4] National Travel and Tourism Office (NTTO), U.S. Department of Commerce, “U.S. Resident Travel to Latin America & Caribbean”, 2024. [Online]. Available: <https://www.trade.gov/national-travel-and-tourism-office>.
- [5] ProColombia, “Mercado emisor estadounidense hacia Colombia: caracterización y proyecciones”, 2024. [Online]. Available: <https://www.procolombia.co/>.
- [6] Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), “Cuenta satélite de turismo de Colombia”, 2024. [Online]. Available: <https://www.dane.gov.co/>.