

1-1-2018

Incidencia de las instituciones en la promoción de condiciones de competitividad del sector turismo en el departamento del Quindío

Angie Katerine Perilla Vaca
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia>

Citación recomendada

Perilla Vaca, A. K. (2018). Incidencia de las instituciones en la promoción de condiciones de competitividad del sector turismo en el departamento del Quindío. Retrieved from <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/574>

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Economía by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**INCIDENCIA DE LAS INSTITUCIONES EN LA PROMOCIÓN DE
CONDICIONES DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO EN EL
DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO**

ANGIE KATERINE PERILLA VACA

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE ECONOMÍA
BOGOTÁ D.C
2018**

**Incidencia de las instituciones en la promoción de condiciones de Competitividad del
sector turismo en el Departamento del Quindío**

Trabajo de grado bajo la modalidad de monografía para optar por el título de Profesional en
Economía

Angie Katerine Perilla Vaca

Tutora

Adriana Otálora Buitrago

Universidad de La Salle
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Programa de Economía
Bogotá D.C
2018

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco primero a Dios por permitirme culminar mi carrera profesional y por brindarme a dos padres incondicionales como lo son María Lilia Vaca y Marco Tulio Perilla porque han logrado educarme y enseñarme valores que van a estar presentes a lo largo de mi vida. Igualmente, le agradezco a mi hermano Oscar Javier Perilla, a mi cuñada Yenifer Medina, a mi sobrino Samuel Perilla y a mi mejor amiga María Fernanda Rodríguez porque sin el amor y la confianza que ellos tienen en mí, no habría sido posible finalizar este logro académico.

En segunda instancia, le agradezco a mi tutora Adriana Otálora Buitrago porque sin ella tampoco hubiera sido posible culminar con éxito este trabajo, ella mostró dedicación para guiarme con este trabajo y a pesar de las circunstancias negativas que se le presentaron, nunca dejó de estar atenta a inquietudes y siempre con la mejor disposición para enseñarme.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1. INSTITUCIONES: ALGUNOS ASPECTOS TEÓRICOS	10
1.1 ¿Que son las instituciones?	10
1.2 Las instituciones como Reglas de Juego	12
1.3 Los costos de transacción	14
1.4 Las instituciones como explicación al desarrollo económico	15
CAPITULO 2. ESTRATEGIAS INSTITUCIONALES COMO GENERADOR DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	18
2.1. Estrategias institucionales	18
2.2. Estrategias institucionales para fortalecimiento del sector turismo.....	20
2.3. Competitividad en el Sector Turístico: una revisión documental	24
2.4. Modelos de Competitividad aplicables al Sector Turismo.....	27
2.5. Competitividad del sector turismo: Caso Quindío	33
CAPÍTULO 3. PERSPECTIVA DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO	35
3.1. Incidencia del Sector Turismo en el PIB Nacional y departamental.....	36
3.2 Inversión en el Sector Turismo e ingresos operacionales	40
3.3 Empleo en el Departamento del Quindío	41
3.4. Los Efectos de la experiencia institucional en el Quindío	45
CONCLUSIONES	47
Referencias	49

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Identificación de factores de competitividad.....	29
Figura 2. Modelo de competitividad de Ritchie y Crouch.....	31
Figura 3. Modelo integrado de competitividad de un destino turístico.....	32

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Esquema Institucional de gestión.....	22
Cuadro 2. Participación del Turismo dentro del PIB Departamental, Participación del Turismo dentro del PIB Nacional.....	37
Cuadro 3. Inversión e ingresos operacionales del Sector Turismo, series desagregadas para el Departamento Del Quindío.....	41
Cuadro 4. Empleos generados según los prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT) 2015.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Participación porcentual del PIB por ramas de actividad. 2015 (precios constantes de 2005).....	38
Gráfico 2. Participación del Sector Turismo dentro del PIB departamental en los departamentos pertenecientes al Eje Cafetero.....	39
Gráfico 3. Tasa Global de Participación, Tasa de Ocupación y Tasa de Desempleo.....	42
Gráfico 4. Composición % de los ocupados por rama de actividad.....	44

**INCIDENCIA DE LAS INSTITUCIONES EN LA PROMOCIÓN DE
CONDICIONES DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO EN EL
DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO**

Resumen

Las instituciones son reglas de juego las cuales limitan las decisiones de los individuos, cuando se crean instituciones que incentiven algún sector de la economía se busca que estas propicien factores fuertes de competitividad, tal es el caso del departamento del Quindío donde luego de la caída del precio internacional del café en los años ochenta y la catástrofe natural en el año 1999, se generó una estrategia de reconstrucción económica por medio de creación de instituciones fuertes y eficientes para generar impulsos al sector turismo y así generar desarrollo económico en el departamento.

Palabras clave: *Instituciones, competitividad, desarrollo económico, sector turismo*

**INCIDENCE OF THE INSTITUTIONS IN THE PROMOTION OF
COMPETITIVENESS CONDITIONS OF THE TOURISM SECTOR IN THE
DEPARTMENT OF QUINDIO**

Abstract

Institutions are rules of the game which limit the decisions of individuals, when institutions that encourage some sector of the economy are created, this leads to strong competitiveness factors, as happened in the State of Quindío where after the fall of the international price of coffee in the eighties and the natural catastrophe in 1999 had to generate an economic reconstruction through the creation of strong and efficient institutions to generate impulses to the tourism sector and thus generate economic development in the state.

Keywords: Institutions, competitiveness, economic development, tourism sector

INTRODUCCIÓN

Durante varios años el turismo experimentó un continuo crecimiento a nivel mundial. Recientemente se ha demostrado que la actividad turística cuenta con la capacidad suficiente para reducir los niveles de pobreza en países en vías de desarrollo. Por lo tanto, hoy en día el turismo se encuentra ampliamente ligado a las políticas de desarrollo de los países.

La actividad turística se ha visto como un método para potencializar el crecimiento económico a través de la generación de empleos y mayores ingresos a nivel local, igualmente desde el punto de vista que genera respecto al desarrollo se presenta un mejoramiento en el bienestar local.

Como lo indica el CONPES 3397,

“El turismo es reconocido como un motor de crecimiento regional. Es así como una vez esta actividad se consolida en una región o en una localidad, se modifican las actividades económicas, cambia la actitud frente al manejo de los recursos naturales, se transforma la visión de las actuaciones culturales y se modifican las actitudes frente a otras culturas y a otras formas de ver el mundo” (DNP, 2005, p.1)

De igual forma, para que el sector turismo sea un motor de generación de crecimiento se deben crear instituciones y con ello generar factores de competitividad. Por ello la importancia de hablar en este trabajo sobre las instituciones, competitividad y modelos de competitividad y como estos generan impulso al sector turismo.

El concepto de instituciones está definido como: “*son las reglas de juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre, que dan forma a la interacción humana. Por consiguiente estructuran los incentivos en el intercambio humano, sea político, social o económico*”. (North D., 2006, p.14) Las reglas de juego que se han creado y los esfuerzos emprendidos llevaron a que se mostrara un mejoramiento continuo en aras de fortalecer a la industria turística, generando así un mayor dinamismo económico.

Los factores de competitividad que el departamento del Quindío ha generado frente al sector turismo han sido de gran relevancia para que compita frente con otras regiones del país,

incluyendo aquellas con similares características económicas y culturales, un claro ejemplo son los departamentos de Risaralda y Caldas pertenecientes al conocido “Eje Cafetero” las cuales no han generado un crecimiento mayor en la participación del sector turismo dentro de sus economías como lo ha evidenciado el departamento del Quindío.

El departamento del Quindío se ha visto marcado económicamente por dos sucesos que han hecho que se construyan estrategias para poder generar una reconstrucción económica, el primer suceso fue la caída del precio internacional del café en los años ochenta y el terremoto que destruyó casi por completo el departamento en el año 1999, el gobierno nacional y departamental incentivaron el turismo en esta región como medio de reconstrucción económica mediante la creación y fortalecimiento de instituciones y la generación de factores competitivos frente a otras regiones del país. La hipótesis sostiene que el fortalecimiento del sector turístico como promotor de la competitividad en el caso del departamento del Quindío es resultado de la planificación y la acción de las instituciones.

Para responder esta hipótesis en el primer capítulo se realiza una conceptualización sobre las instituciones y la importancia que se tiene frente a si puede generar desarrollo económico. En el segundo capítulo se presentan las diferentes estrategias institucionales que se crearon a partir de los dos sucesos que provocaron el debilitamiento de la economía de este departamento y se aborda el concepto de competitividad turística y los diferentes factores que influyen para que este sector sea relevante dentro de una economía. En el tercer capítulo se analizan los resultados que ha tenido el sector turismo desde el año 2000 hasta el año 2015 frente a las cifras de las variables macroeconómicas como el PIB, empleo, inversión e ingresos operaciones, para observar cómo ha sido el comportamiento de este sector dentro de la economía departamental del Quindío. Por último, se encuentran las conclusiones.

Cabe mencionar que la metodología realizada en la presente investigación es una Revisión documental, la metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno (Bonilla C. & Rodríguez S., 1997) y la línea de investigación es Territorio, equidad y desarrollo.

CAPÍTULO 1. INSTITUCIONES: ALGUNOS ASPECTOS TEÓRICOS

Cuando se habla de las instituciones se hace referencia a las reglas, normas y restricciones que existen en la sociedad, ya sean formales (leyes, normas...) o informales (creencias, normal de comportamiento...). Las instituciones pueden influenciar en las decisiones que toman los individuos, reducir los costos de transacción, reducir la incertidumbre y lograr un estancamiento o desarrollo económico. La manera en que interactúan las instituciones con las organizaciones afecta o genera un desarrollo económico.

1.1 ¿Que son las instituciones?

La Economía de las instituciones constituye un campo de referencia en la ciencia económica, diferentes autores han referenciado las instituciones y su papel en las economías, Douglass North concibió a las instituciones como reglas de juego, Ronald Coase aportó la noción de los costes de transacción, D. Acemoglu y J. Robinson contribuyeron a explicar porque los países difieren tanto en su desarrollo económico y político planteando que es, debido a, el desarrollo las instituciones. (Acemoglu & Robinson, 2012). En este apartado se realiza la conceptualización, análisis de las principales aportaciones de autores de referencia y la discusión de los argumentos fundamentales de cada uno de ellos. Por último, se analiza la importancia de las instituciones en diferentes aspectos como mejora en la competitividad, productividad, diversificación económica, promoción sectores productivos y reconstrucción económica que se propició en el departamento del Quindío frente a su desarrollo en el sector turismo.

Masera, Palma, & Calagna (2017), indican que el institucionalismo surgió desde un movimiento intelectual norteamericano que ha venido influenciado diferentes entornos tanto académicos como políticos. Por este motivo, muchos autores han referenciado este concepto y la importancia de las instituciones dentro de la sociedad, autores como García Jurado & Guy Peters (2003), conceptualizan lo que podría llamarse viejo institucionalismo a través de cinco características básicas:

“1. Legalismo, ya que se centra en el estudio de las leyes para explicar la actividad gubernamental. 2. Formalismo, debido a su inclinación a considerar las estructuras políticas como el factor determinante de un sistema. 3. Holismo, porque para comprender cada uno de los sistemas políticos se tiende a compararlos con otros de manera íntegra. 4. Historicismo, en tanto que ponía especial atención al desarrollo histórico y al contexto cultural y socioeconómico de las instituciones. 5. Normativo, debido a que comúnmente vinculaba las consideraciones descriptivas con la preocupación por el buen gobierno” (2003, p. 219)

Autores como Hodgson (2006), hacen referencia a las instituciones indicando que *“El creciente reconocimiento del papel de las instituciones en la vida social implica el reconocimiento de que gran parte de la interacción y la actividad humana está estructurado en términos de reglas explícitas o implícitas”*. En el mismo sentido Peters (2003), precisa que *“las instituciones son conjuntos de reglamentaciones que moldean la conducta individual, pero los individuos reaccionan racionalmente ante los incentivos y las restricciones establecidos por esas reglas”* (2003, p. 75). En este sentido, las instituciones funcionan principalmente como esquemas de incentivos y restricciones que buscan generar ciertos comportamientos en los individuales.

Las instituciones tienen una gran influencia en el entorno económico, debido a que, como se ha indicado anteriormente son aquellas reglas que ayudan a la lección de los individuos y así mismo a los agentes económicos, restringiendo o incentivando acciones para que se dé un desarrollo económico. Como lo indica (Powell & Dimaggio, 1999) *“las instituciones son patrones supraorganizacionales de la actividad humana, por los cuales los individuos y las organizaciones producen y reproducen su subsistencia material y organizan el tiempo y el espacio”* (1999, p. 307), otros autores consideran que este concepto ha llegado a transformar el pensamiento económico (Maser, Palma, & Calagna, 2017).

De esta manera, se materializa a las instituciones con el hecho de crear reglas que tengan impacto sobre el comportamiento de otros. Además, las instituciones permiten obtener que cada individuo posea un pensamiento ordenado y una acción que refleje coherencia para el desarrollo de sus actividades, para así lograr una eficiencia a los problemas de la acción colectiva, tal y como lo indican Powell & Dimaggio (1999) *“Las instituciones constituyen soluciones relativamente eficientes a los problemas de la acción colectiva, pues las rutinas institucionales existen sobre todo para reducir los costos entre individuos y grupos con el objetivo de aumentar la eficiencia”* (1999, p. 13).

Por otra parte, las instituciones además de solucionar problemas de acción colectiva, tienen otros fines como lo son reducir costos de transacción y costos de información, donde y los actores y las instituciones trabajan conjuntamente. Como lo precisa (Helmsing & Ellinger Fonseca, 2011), *“las instituciones y los actores no son independientes, sino que los actores influyen sobre la construcción de instituciones y al mismo tiempo son influidos en sus valores por las instituciones existentes”* (2011, p. 33).

(Álvarez Scanniello, 2014) menciona que la relación entre instituciones y crecimiento económico ha sido abordada por el neo-institucionalismo de diferentes maneras. Una de ellas indica que las instituciones que gobiernan el mercado y posibilitan los compromisos, hacen más seguros los derechos de propiedad, refuerza el cumplimiento de los contratos y reducen los costos de transacción (2014, p. 19).

1.2 Las instituciones como Reglas de Juego

North (2006), considerado como el fundador del institucionalismo, conceptualiza a las instituciones como *“las reglas de juego que reducen la incertidumbre en los diferentes actores económicos”* (2006, p. 13). Este autor hace una distinción entre dos tipos de instituciones: las formales, que son aquellas que se crean; por ejemplo, las constituciones políticas de los Estados y las informales que son aquellas que evolucionan a lo largo del tiempo; por ejemplo, códigos de conducta. Indicando que las *“Instituciones son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana y estructuran incentivos en el intercambio, sea político, social o económico”* (2006, p.13).

North (2006) señala en su teoría, la relación de los cambios institucionales que se producen en las distintas sociedades y el desarrollo económico de éstas. Este autor, establece que por lo general, existe un ciclo de cambio institucional que tiene dos etapas: la estabilidad y el cambio. La estabilidad o equilibrio de las instituciones se presenta cuando ninguno de los actores económicos considera rentable dedicar recursos y esfuerzo al cambio de las normas (2006, p. 114), lo cual puede estimular el crecimiento económico o dar lugar al estancamiento económico.

En este sentido las instituciones influyen en el comportamiento de las organizaciones para incentivar o no el desarrollo económico, debido a que, las instituciones son las reglas de juego con cuales las organizaciones pueden actuar. Estas organizaciones son compuestas por: “*Las organizaciones políticas (partidos, el Congreso, una agencia reguladora...); económicas (empresas, sindicatos...); sociales (iglesias, asociaciones...), y educativas (escuelas, universidades...)*” (2006, p. 15),

El papel de las instituciones como reglas de juego y las organizaciones como los jugadores permiten que la economía genere o no un desarrollo económico. Para el caso del turismo en el departamento del Quindío, las reglas de juego y las organizaciones tanto políticas como económicas permitieron que la economía de este departamento pasara de un estancamiento económico por la caída del precio internacional del café y el terremoto, a tener una participación del sector turístico como generador de ingresos para sus ciudadanos. Las organizaciones políticas y económicas actuaron acorde a las reglas que tenían como fin crear incentivos para que el turismo fuera un factor de desarrollo económico en este departamento.

(North D. , 1991), afirma que las instituciones tienen como fin principal reducir la incertidumbre y los costos de transacción, corrige fallas de mercado e inducir la cooperación entre los individuos. Es decir, debido a que dentro de un mercado existen fallas como: poder de mercado, rendimientos crecientes a escala, externalidades bienes públicos y problemas de incertidumbre y la asimetría de información; se puede generar problemas de ineficiencia y así conducir a bajos niveles de competitividad, pero si se cuenta con instituciones fuertes, esto conduce a que se reduzcan los costos de transacción y así motivar a los agentes económicos para que realicen actividades productivas e innovadoras.

En efecto, como lo señala North las instituciones pueden ser un factor que puede incidir en si la competitividad es alta o baja. Al respecto, el departamento del Quindío ha fortalecido su competitividad en el sector turismo, dado que, la generación de instituciones ha incentivado a los agentes económicos para que generen estrategias para que el turismo cada vez tenga mayores factores competitivos frente a otros departamentos del país.

Para North (2006), el marco institucional es la clave del desempeño de las economías, debido a que, “*En ausencia de un marco institucional adecuado para favorecer la producción, los costos de transacción - a los que se suma la incertidumbre - resultan muy elevados*” (2016, p. 92), es decir, el marco institucional determina el nivel de eficiencia de las transacciones políticas en entornos en los que negociar es costoso y este debe garantizar los compromisos creíbles necesarios para lograr bajos costos de transacción.

1.3 Los costos de transacción

Ronald Coase, al igual que North, menciona los costos de transacción donde sostiene que realizar transacciones económicas implica costos, y que cuando los costos de transacción son superiores a las ganancias derivadas del intercambio, este intercambio dejará de realizarse en el mercado (Coase R. H., 1937). La hipótesis fuerte del teorema descansa en las ventajas que tiene para toda la sociedad reducir los costos de transacción, mientras que por otra parte para imponer costos para impedir la violación de derechos fundamentales (Coase R. H., 1998).

Coase, indica que si existe carencia de costos de transacción, los implicados en una situación pueden maximizar el beneficio, esto como consecuencia de que se encuentre una asignación previa de derechos de propiedad (Coase, 1994). Señalando que “*con transacciones de mercado sin costo, la decisión de las cortes respecto de la responsabilidad por daño no tendría efecto sobre la asignación de recursos*” (Coase R. H., 1960). Coase, sostiene que cuando se presentan fallos judiciales las cortes deben intentar minimizar los costos asociados a sus fallos, siempre que ello no altere la tesis de la ley (Estrada, 2012).

De la misma manera (Coase R. H., 1960) afirma que cuando se presentan altos costos administrativos puede el Gobierno ser una solución alternativa basado en que puede regular directamente implantando sistema legal. Coase indica que,

“El Gobierno puede imponer regulaciones que establezcan lo que la gente debe hacer o no, y cuáles deben ser obedecidas. Así, el Gobierno (mediante leyes o quizá más probablemente a través de un organismo administrativo) puede encarar el problema de la molestia del humo, decretar que ciertos métodos de producción deben o no usarse.... o puede confinar algunos tipos de negocios a ciertos distritos” (Coase R. H., 1960, p. 17).

(Coase R. H., 1960) En su teorema argumenta que, en la medida que los costos de transacción sean bajos o inexistentes y que los derechos de propiedad establecidos en los fallos judiciales no permitan una solución económica eficiente, se producirá una reasignación de estos derechos hacia aquellos que los valoran más, aunque las cortes fallen en contra de éstos.

1.4 Las instituciones como explicación al desarrollo económico

Por otro lado, las instituciones generan efectos en la toma de decisiones de los agentes económicos, estas decisiones pueden generar procesos de desarrollo económico o llevar al estancamiento económico. Así, Acemoglu y J. Robinson, estos dos autores identifican porque los países difieren tanto en su desarrollo económico y político dando a conocer que es por el desarrollo las instituciones. (Acemoglu & Robinson, 2012) Indican que el desarrollo económico se debe a las diferencias existentes entre las instituciones de un país a otro y a los incentivos que se generan los habitantes, “*Las instituciones económicas dan forma a los incentivos económicos: los incentivos para recibir una educación, ahorrar e invertir, innovar y adoptar nuevas tecnologías, etcétera*” (2012, p. 33). En el mismo sentido, señalan que “*el éxito económico de los países difiere debido a las diferencias entre sus instituciones, a las reglas que influyen en cómo funciona la economía y a los incentivos que motivan a las personas*” (2012, p. 54).

Por otra parte, estos autores señalan que a través de decisión individual las personas influyen en el comportamiento de los actores políticos, debido a que, se delega al Estado el poder para que este pueda ejercer como regulador y gobernador en una sociedad (Acemoglu & Robinson, 2012) y el poder para que este cree instituciones que puedan proveer a los individuos recursos para mejorar el bienestar social.

“las instituciones económicas deben ofrecer seguridad de la propiedad privada, un sistema jurídico imparcial y servicios públicos que proporcionen igualdad de condiciones en los que las personas puedan realizar intercambios y firmar contratos; además de permitir la entrada de nuevas empresas y dejar que cada persona elija la profesión a la que se quiere dedicar” (2012, p. 55).

(Acemoglu & Robinson, 2012) determinan que en el caso en que las instituciones económicas no cumplen con objetivos elementales como lo son: aprovechar el potencial de los mercados inclusivos, fomentar la innovación tecnológica, invertir en personas y movilizar el talento y

las habilidades de un gran número de individuos, se crea un vacío para la generación del desarrollo económico. De igual manera, estos autores exponen que en el desarrollo económico que puede inducir las instituciones crea ganadores y perdedores, como se generó durante la revolución industrial “*Durante la revolución industrial en Inglaterra, que sentó las bases de la prosperidad que vemos actualmente en los países ricos del mundo*” (2012, p. 61).

En este orden de ideas, el institucionalismo genera desarrollos económicos y así mismo, incentivos para la generación de competencia en los mercados. La competitividad es definida como un “*conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país*” (World Economic Forum, 2012, pág. 4)

La organización económica y territorial del Quindío se refleja en la forma como se establecen los vínculos entre entidades y organizaciones o empresas privadas y públicas para coordinar acciones de promoción y gestión del sistema turístico. El análisis institucional muestra que se han conformado entidades de orden nacional con funciones de capacitación, educación y de regulación ambiental, cámaras de comercio y corporaciones turísticas que aglutinan algunas de estas entidades y empresarios independientes, cooperativas y organizaciones no gubernamentales de cooperación para el desarrollo, etc. que tienen fines de gestión o planeación regional del turismo. Estas entidades garantizan la participación y la coordinación de sus acciones y políticas, legitimando además los acuerdos o compromisos entre los actores.

El papel del Estado en el departamento del Quindío, como institución ha sido fundamental para generar un cambio en las reglas e influir sobre la dirección del cambio de las reglas. Como lo indica (Chang, 2002), quien subraya la importancia de la legitimidad que otorga el Estado a las instituciones creadas. Según este autor,

“No existen mercados libres en el sentido de ausencia de instituciones que guían interacciones o restringen comportamiento de actores y la cuestión de si las instituciones imponen una “no-libertad” en el funcionamiento del mercado depende de si un actor acepta o no la estructura de derechos y obligaciones que estas instituciones sustentan” (2002, p. 1)

En este sentido, al analizar el turismo del departamento del Quindío, se puede observar que la creación de instituciones formales e informales que se han contemplado a nivel regional y

nacional, ha generado que las organizaciones se conviertan en un factor importante de competencia, y así mismo, generador de desarrollo económico.

CAPITULO 2. ESTRATEGIAS INSTITUCIONALES COMO GENERADOR DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO

El crecimiento del sector turístico en el departamento del Quindío es un fenómeno que ha ocurrido gracias a la implementación de políticas económicas sectoriales encaminadas a la promoción de este departamento como destino turístico de Colombia. Desde los años ochenta que se empezó a generar una reconstrucción económica basada en implementar estrategias institucionales para que el mercado turístico del departamento del Quindío generara factores competitivos y así generar desarrollo económico local.

2.1. Estrategias institucionales

El departamento del Quindío, Limita por el Norte con los departamentos del Valle del Cauca y Risaralda, por el Este con el departamento del Tolima, por el Sur con los departamentos de Tolima y Valle del Cauca y por el Oeste con el departamento del Valle del Cauca. (Gobernación del Quindío, 2013). Según el Censo realizado en el año 2005 por el DANE, el departamento tiene una población de 565.310 millones de habitantes aproximadamente, una participación porcentual dentro de PIB Nacional de 0,77% y un PIB Per Cápita de 9,27 millones de pesos (DANE, 2008). Este departamento cuenta con 12 municipios incluyendo su capital que es Armenia (Gobernación del Quindío, 2013).



Fuente: Imagen extraída del Portal (Literario del Eje Cafetero, 2015)

El departamento del Quindío posee una enorme riqueza natural, flora y fauna. Tiene diversidad de ecosistemas y vegetación, tiene una variada oferta de orquídeas, de heliconias y platanillas, además posee alrededor de 380 variedad de aves y cuenta con gran variedad de mamíferas (Paisaje Cultural Cafetero de Colombia, 2017).

La economía regional se fundamenta en la explotación agrícola y se destaca la producción cafetera que ha sido la base de su desarrollo desde finales del siglo XIX, gracias a la cual sustentan sus ingresos buena parte de los pobladores (Gómez Ramírez, Restrepo Quintero, & González Gómez, 2004). Un par de datos demuestran la importancia del café en esta región: la totalidad de los 12 municipios del Quindío son productores de café, y 207 de sus 267 veredas son cafeteras. El departamento es el doceavo productor de café del país, con una producción anual estimada de 666.000 sacos de 60 kilogramos de café verde o, en otras palabras, el 6 % de la cosecha colombiana (Paisaje Cultural Cafetero de Colombia, 2017).

El departamento del Quindío inicia el fortalecimiento de su sector turismo a finales de los años ochenta y principios de los noventa, momento cuando se registró una mayor actividad gracias a la respuesta que un grupo de caficultores dio a la crisis generada en el sector cafetero que se generó por el rompimiento del pacto de cuotas del mercado internacional cafetero en 1989, lo cual propició la reducción de las cotizaciones del grano, causando un retroceso del precio interno y, por ende, el debilitamiento de los ingresos del gremio. Esta coyuntura obligó, en muchos casos, al abandono de las áreas productivas ante los altos costos de sostenimiento. Por este motivo, se diseñaron políticas para que se impulsara el turismo rural. Esta modalidad estuvo soportada en una red de alojamientos que incorporaba a las fincas cafeteras y empleaba la infraestructura de servicios básicos existente, a lo que adicionalmente contribuyó la variedad paisajística de la región y su arraigada cultura cafetera (Gómez Ramírez, Restrepo Quintero, & González Gómez, 2004, p. 4).

Tal iniciativa de promoción del turismo toma aún más fuerza en el momento en que Armenia, la capital del Quindío también conocida desde su fundación como la “Ciudad Milagro”, sufre un devastador terremoto de 1999, hecho natural que generó un alto número de pérdidas humanas, heridos y afectados, además de producir daños en la infraestructura física, viviendas urbanas y rurales, edificaciones privadas y públicas, establecimientos comerciales y financieros, vial y aeroportuaria y la interrupción del suministro de servicios públicos domiciliarios, gas, acueducto, alcantarillado y energía (DNP, 1998, p. 567). De esta manera el departamento del Quindío al convertirse en un departamento que explota los beneficios del turismo como ningún otro (Ramírez Montañez, 2014, p. 268).

2.2. Estrategias institucionales para fortalecimiento del sector turismo

Como se ha señalado, el turismo en el departamento del Quindío nace como alternativa de reconstrucción económica por dos sucesos que marcaron a este departamento a nivel económico. El primero, la caída de los precios internacionales del café a finales de los años ochenta. El segundo, el terremoto que dejó destruido el departamento en el año 1999, para estos dos sucesos el gobierno nacional y departamental utilizaron acciones estrategias para que el departamento no quedara rezagado en su desarrollo económico.

En 1991 la Dirección Ejecutiva del Fondo Mixto de Promoción Turística del Quindío aplicaron acciones para el desarrollo del turismo en el departamento, consistió en aplicar encuestas a los propietarios de fincas cafeteras iniciar un programa de alojamiento rural donde los turistas pudieran contemplar la arquitectura tradicional de colonización y la existencia de cultivos de café. Respecto al estudio realizado se empezó a prestar servicios de alojamiento en el municipio de Calarcá (Fernández Ávila & Mendoza Muñoz, 2005, p. 10).

En el año 1992 se creó la primera agencia de viajes llamada “Café y Turismo”, donde se realizaba a la venta formal de servicios de alojamiento rural. En 1994, el Fondo Mixto de Promoción turística del Quindío contrató un estudio de la universidad Externado de Colombia donde se sugería capacitar a propietarios y empleados para mejorar la calidad del servicio. En el año 1995, se da la apertura al Parque Nacional del Café, ubicado en el municipio de Montenegro, el cual tuvo incidencia directa en el aumento de la demanda de turistas en Calarcá (Fernández Ávila & Mendoza Muñoz, 2005, p. 10-11).

En el año 1996, la administración departamental del Quindío inició un trabajo técnico sobre el turismo con la colaboración de la consultoría española Desarrollo e Investigaciones Turísticas (DIT), aprovechando el convenio de cooperación firmado del gobierno Español con Colombia en 1992, donde se formuló el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Rural del Eje Cafetero Calarcá (Fernández Ávila & Mendoza Muñoz, 2005, p. 11). En el mismo año, se creó la Ley General de Turismo-Ley 300 de 1996- donde se delega a las entidades territoriales para la formulación de planes sectoriales, esta ley reemplazó una serie de decretos que reglamentaba la acción de los diferentes actores del mercado turístico, estos actores turísticos son clasificados en públicos, mixtos y privados (Mendivero, 2011, p. 68).

Desde este punto de vista de la institucionalidad formal, existe un marco legal para el desarrollo del turismo consignado en Ley 300 de 1996 expedida por el gobierno nacional que regula la actividad y proporcionan incentivos para su desarrollo, estableciendo además las pautas para la concertación y coordinación interinstitucional y la planeación del sector turístico con un carácter descentralizado

En el año 1998, el CONPES 3397 “Para la promoción del Turismo en el Quindío”, se le adjudicó al SENA desarrollar talleres para trabajar el tema de sensibilización turística. Igualmente, se elaboró la metodología “Desarrollo Turístico Municipal Participativo” el cual contribuyó al desarrollo turístico de la región, organizando la comunidad y creando la cultura turística (DNP, 2005, p. 29).

En el año 1999, ocurre el terremoto en el departamento del Quindío, el cual además de dejar muchos afectados, deja incertidumbre sobre la magnitud del efecto sobre la economía, pero a pesar de lo ocurrido en este mismo año se abrió el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria PANACA, proporcionando otro elemento para aumentar la demanda turística del departamento (Mendiverso, 2011, p. 66).

El Plan Nacional de Desarrollo “Cambio para construir la Paz” de 1998-2002 bajo la presidencia de Andrés Pastrana, tuvo como objetivo la reconstrucción tanto económica, como social de Eje Cafetero tras el terremoto ocurrido en el año 1999. Las medidas que se tomaron además de tener influencia positiva en la economía en general, dieron un paso hacia una economía que estuviera más fuerte y pudiera diversificar su canasta de servicios y tener un mayor nivel de competitividad. Las medidas de acción se han dividido en las áreas de infraestructura física, reconstrucción social y reconstrucción económica y social (DNP, 1998).

La primera medida fue la reconstrucción de la infraestructura física; reconstrucción de las viviendas rurales y urbanas, los edificios públicos y las edificaciones comerciales, industriales y financieras de la zona afectada, donde se plateaba otorgar subsidios en las tasa de interés cobradas por las entidades financieras, se estuvo a cargo de la entidad FOGAFÍN. Del mismo modo, reconstruir la infraestructura física de los servicios públicos para reiniciar la prestación regular de los servicios domiciliarios de agua potable, alcantarillado y

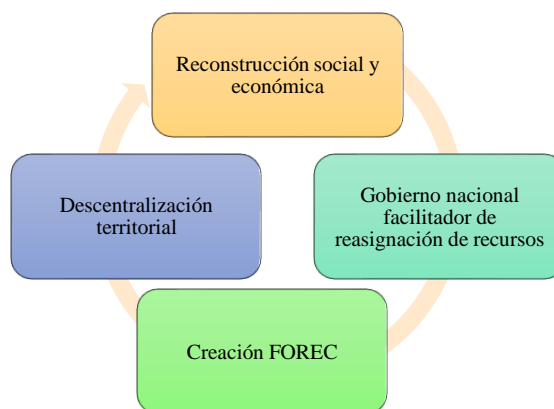
recolección y disposición de residuos sólidos, Findeter creó una línea de crédito especial para las empresas privadas y públicas prestadoras de los servicios domiciliarios, de forma tal que puedan cubrir la disminución de sus ingresos.

La segunda medida fue la reconstrucción social, su principal énfasis fue en la atención de la población vulnerable, considerando como tal los niños, los discapacitados, las mujeres gestantes y lactantes y los ancianos. Con el apoyo del gobierno nacional y departamental.

Por último, la medida de reconstrucción económica que dio énfasis a la generación de empleo debidamente remunerado, mediante la contratación, para la recolección y disposición de escombros, de personas que perdieron su fuente de ingresos a causa del terremoto. Por otra parte, con los recursos canalizados por medio del Fondo para la Reconstrucción de la Región del Eje Cafetero, FOREC, se financió parcial o totalmente de los beneficiarios, de acuerdo con el nivel de daño sufrido.

El cuadro 1, muestra cómo se ejecutó el esquema institucional para la ejecución del Plan de recuperación está basado en una descentralización territorial, donde el gobierno nacional solo tiene el rol como facilitador en la reasignación de recursos del Plan Nacional de Desarrollo a la zona. Además, el gobierno nacional ha creado el FOREC (Fondo para la Reconstrucción de la Región del Eje Cafetero), cuyo objetivo fue la financiación, apoyo y gestión para la realización de las actividades necesarias para la reconstrucción económica, social y ecológica de la región afectada.

Cuadro 1. Esquema Institucional de gestión



Fuente: Información tomada del Plan Nacional de Desarrollo Cambio para construir la paz (1998-2002) - Andrés Pastrana, construcción propia (DNP, 1998)

En el mismo año, el departamento del Quindío dentro del Plan de Desarrollo Turístico inició nuevamente un trabajo técnico para mejorar la gestión de calidad en los servicios de alojamiento rural junto a la asesoría de la consultoría española Desarrollo e Investigaciones Turísticas (DIT), dando como resultado el proyecto “Club de Calidad para Alojamientos Ruralmente, actualmente llamado “Club de Calidad Haciendas del Café”. Este proyecto fue cofinanciado entre el Fondo de Promoción Turística de Colombia y la Gobernación del Quindío y ha venido propiciando desde su creación la competitividad del sector turismo basado en la calidad en la prestación del servicio (Fernández Ávila & Mendoza Muñoz, 2005, p. 20).

Todos los Planes o Esquemas de Ordenamiento Territorial y Planes de Desarrollo de los municipios del área de estudio mencionan como visión, a futuro, el desarrollo sostenible del ecoturismo y el agroturismo en sus áreas de alto valor paisajístico.

En el año 2003, el gobierno nacional creó el Programa Caravanas Turísticas, "Vive Colombia, viaja por ella" (Fernández Ávila & Mendoza Muñoz, 2005, p. 8) que tenía como objetivo la promoción del turismo interno, organizado por la DITUR, en el que se invita a los colombianos a viajar que sirvió como estrategia del Gobierno Nacional para promover el turismo doméstico y recuperar la seguridad en la red vial nacional (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

El plan sectorial 2003-2006 “Turismo para un nuevo país”, fue una política turística nacional que se concentra en mejorar la competitividad del sector en sus productos y destinos. El plan atiende especialmente el desarrollo del turismo doméstico sobre el turismo internacional, para cuyo desarrollo el país aún no reúne las condiciones necesarias especialmente por el tema de seguridad (Fernández Ávila & Mendoza Muñoz, 2005, p. 8).

En el año 2006, se creó el Viceministerio de Turismo (adscrito al Ministerio, Industria y Turismo), dándole al sector mayor participación en las decisiones que lo afectan directamente. En el mismo año, se realiza la Reforma a la Ley 300 de Turismo, con la Ley 1101 del año 2006. Donde se destinan mayores recursos para el sector turismo. Contemplado así en el artículo 6;

“Destinación de los recursos provenientes del impuesto al turismo. Los recursos provenientes del impuesto con destino al turismo se destinarán a su promoción y competitividad de manera que se

fomente la recreación y el adecuado aprovechamiento del tiempo libre, de acuerdo con lo previsto en el artículo 52 de la Constitución Política (Congreso de Colombia, p. 4)

Esta ley también reglamentó,

“Se tendrá en cuenta los proyectos previamente incluidos en el Banco de Proyectos de Turísticos creado por esta misma Ley, integrado por los sectores de turismo y agrupados en Gremios, así: Agencias de viaje (ANATO), Alojamiento (COTELCO), Transporte Aéreo (ALAIICO), Transporte Terrestre (ACOLTÉS), Establecimientos Comerciales en Terminales de Transporte (FENALCO), Ecoturismo (FEDEC), como suplentes, Concesionarios de Vías y Terminales Aéreos, Cámara Colombiana de la Infraestructura, Ecoturismo (ASOHECO); quienes deciden como Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística (FPT), cuales proyectos turísticos son sujetos de financiación” (Restrepo Quintero, 2016, p. 183)

La Ley 1558 del año 2012, se creó con el objetivo de:

“Art. 1 Objeto: fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad” (Congreso de la República, p. 1).

En el año 2013, se firma del convenio “Cielos Abiertos” con Estados Unidos que indicaba que no habría límite en el número de vuelos, como tampoco de aerolíneas ni de ciudades operadas en Colombia (El país, 2011).

En el año 2014, se realiza La declaración del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC) como patrimonio mundial por parte de la UNESCO. Además, El CONPES 3803, tuvo como objetivo formular una política específica para el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia, con el propósito de potenciar su productividad y sostenibilidad (DNP, 2014). En el mismo año, se entregaron a los a las sedes educativas del departamento del Quindío portátiles y tabletas como política del gobierno nacional y el Ministerio de las TIC, con el programa “El Quindío Vive Digital”, esto como media de la generación de empleo y la reducción de la pobreza (Ministerio de las TIC, 2014).

2.3. Competitividad en el Sector Turístico: una revisión documental

En el siguiente apartado, se presenta una revisión de los documentos académicos y metodológicos donde se presenta el concepto de competitividad y la competitividad de destinos turísticos, se han propuesto algunos modelos teóricos que desarrollan una amplia

relación de indicadores de competitividad turística, en la primera parte se desarrollará el concepto de competitividad turística, luego se aborda los modelos que hablan de competitividad turística y como se adaptan al sector turístico estos modelos y por último se relaciona las estrategias institucionales que ha tenido en gobierno nacional y el Quindío para proporcionar mayor competitividad turística en este departamento.

(Díaz Guevara & Sánchez Tamayo, 2017) definen la competitividad como un concepto que debe ser analizado desde el punto de vista histórico, constituyéndose en el punto de origen de las consideraciones y comparaciones al contrastar todos los elementos vinculados a ella, centrándose en los mercados, pero sobre todo en experiencias previas exitosas y de esta manera desarrollar este sector (2017, p. 15).

El Foro Económico Mundial define la competitividad como “*el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país*” (World Economic Forum). De igual manera, se indica que la competitividad lleva a la productividad de un país y determina su capacidad para mantener un alto nivel de ingresos, determinante de la inversión y es uno de los factores clave explicando el potencial de crecimiento de una economía. (World Economic Forum, 2012, p. 4).

En este contexto se puede analizar el caso particular del departamento del Quindío, para recabar información en cuanto al potencial turístico nacional. El sector turístico, por lo tanto, tiene potencialidades que benefician en cadena a la economía doméstica y que asimismo la insertan en la arena de un mundo globalizado, más competitivo y más desarrollado.

Cuando se trata de abordar la tendencia creciente del sector turístico en diferentes ciudades del mundo, se debe analizar las dinámicas de competencia que tiene cada uno de estos destinos turísticos y las maneras como cada economía diseña estrategias y genera herramientas que garanticen mayores condiciones de competitividad.

(OCDE, 2001), señala que “*la competitividad de una industria es un determinante crítico de su desempeño en el mundo mercados*” (2001, p. 2). De la misma manera, se indica que la

industria turística para que tenga un creciente desarrollo debe poseer una ventaja competitiva en la entrega de bienes y servicios a los visitantes.

El Boletín económico N°18 del (Banco de España, 2004) , afirma que los determinantes de la competitividad en el sector turístico, residen tanto en su ventaja comparativa como en su ventaja competitiva (2004, p. 3). De la misma forma, (Hong, 2009) propone un modelo de análisis de la competitividad de un destino turístico que tiene en cuenta las ventajas comparativas de David Ricardo, incluyendo las condiciones de los recursos naturales y el grado de cambio tecnológico.

C. Amaya et al. (2008), exponen que la ventaja competitiva en el turismo se refiere a la habilidad de un destino para emplear de manera efectiva sus recursos en el largo plazo (2008, p. 19). Del mismo modo, Hong (2009), cuando aborda la competitividad turística pone énfasis en la capacidad que debe desarrollar un destino para integrar experiencias que respondan a las necesidades de los turistas y que contribuyan a que el destino conserve una buena posición en el mercado con respecto a sus competidores.

El Centro de Pensamiento Turístico de Colombia -CPTUR-, define a la competitividad turística como la manera en la cual se complementan los actores públicos y privados para lograr un fin en común que es mantenerse en el mercado de una manera sostenible y generar un impacto positivo en los turistas (COTELCO, UNICAFAM, 2018, p. 160).

La OCDE ha definido la competitividad turística para un destino como:

“La capacidad del lugar para optimizar su atractivo para residentes y no residentes, para ofrecer servicios de calidad, innovadores y atractivos (por ejemplo, proporcionar una buena relación calidad – precio), y para ganar cuotas en los mercados nacionales y mundiales, asegurando que los recursos disponibles para apoyar el turismo se utilicen eficientemente y de una manera sostenible” (Dupeyras & MacCallum, 2013, p. 7)

Por consiguiente, la generación de competitividad turística es un elemento fundamental para que este mercado genere ventajas competitivas. No obstante, para poder generar factores de competitividad es importante que se creen instituciones las cuales incentiven a la toma de decisiones beneficiosas para generar un mecanismo eficiente en la competitividad.

2.4. Modelos de Competitividad aplicables al Sector Turismo

Entre los principales modelos de competitividad estudiados con relación al sector turismo, se encuentran el modelo de ventajas comparativas de David Ricardo, el modelo de competitividad de Michael Porter, el modelo conceptual que explica los factores determinantes de la competitividad turística de Crouch y Ritchie y por último, el modelo introducido por Dwyer y Kim, estos dos autores proponen indicadores tanto objetivos como subjetivos de competitividad turística e indicadores de prosperidad socioeconómica.

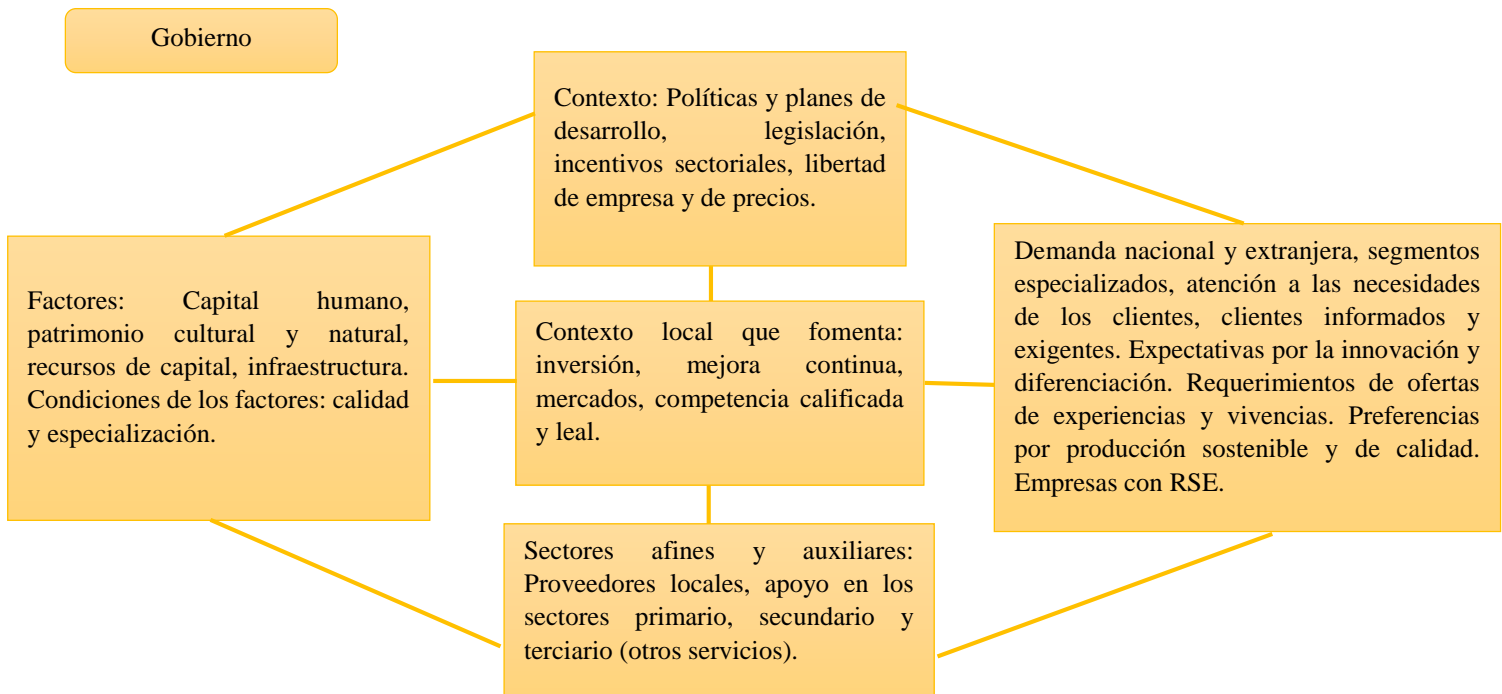
El primer análisis se remonta a la economía clásica y en particular a la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo (1817) citado por C. Amaya et al. (2008), indica que un país debe especializarse en las actividades donde más ventaja tiene dadas las condiciones y posesión diferenciada de factores de producción. En este sentido, el departamento del Quindío posee ventajas comparativas en el sector turismo, representadas por su paisaje, la flora, la fauna, el clima y el patrimonio histórico-cultural, con el que cuenta este departamento. C. Amaya et al. (2008) señalan que *“los recursos turísticos, a diferencia de los de una industria, no suelen experimentar agotamiento como resultado de su uso, de allí que la competitividad debe tener un tratamiento diferente”* (2008, p. 19); en ese sentido, (Banco de España, 2004) menciona que con el modelo de las ventajas comparativas se asocia a la consecución de unos buenos resultados comerciales a la dotación de recursos (2004, p. 3).

Michael E. Porter (1990) realizó un estudio empírico sobre la ventaja competitiva de diferentes naciones y encontró que las empresas tienden agruparse en lugares estratégicos como tienen mayor eficiencia y les permiten poseer a una ventaja competitiva sostenible, estas agrupaciones de llaman “clusters” (C. Amaya et al., 2008). Además, Porter desarrolló un esquema gráfico en el cual se relacionan los indicadores a nivel micro que influyen decisivamente para que un país, una región, una comunidad o, incluso, una empresa sea realmente competitiva, teniendo en cuenta los siguientes cuatro elementos: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, industrias conexas y de sostén, estrategia, estructura

y rivalidad de las compañías. Además, se toma en cuenta el papel del gobierno y la causalidad por el efecto que estos pueden generar (Jiménez Baños & Aquino Jiménez, 2012, p. 980).

R. De Duque (et al., 2011) aportaron un diamante de competitividad para el sector turismo tomando en consideración los elementos del diamante de Porter donde se identifican los factores de competitividad nacional y la base competitiva del destino a partir de la estrategia unisectorial, tal como se muestra en la Figura 1, donde los cuatro factores estratégicos de la competitividad son las condiciones de los factores de producción (mano de obra especializada o infraestructura necesarios para competir en un sector determinado), condiciones de la demanda (alusión a la naturaleza de la demanda de la producción sectorial en el mercado interior), sectores afines y auxiliares (relaciona los sectores proveedores y afines que sean internacionalmente competitivos), estrategia, estructura y rivalidad de las empresas (hace referencia a las condiciones de creación, organización y gestión de las empresas).

Figura 1. Identificación de factores de competitividad



Fuente: Adaptado a partir de Michael Porter (1999) y tomado de R. de Duque, Riveros Plazas, & Vélez Rivas (2011)

Otro modelo utilizado para el análisis de la competitividad de los destinos es el desarrollado por Crouch y Ritchie (1999), donde estos autores proponen un modelo teórico para explicar los factores determinantes de la competitividad turística, basándose en la distinción entre ventaja comparativa y ventaja competitiva. En este modelo la competitividad del destino se encuentra relacionada con dos entornos (Véase la Figura 2). El primero, el entorno competitivo (Microentorno), el cual es el entorno inmediato al que el destino se debe adaptar para competir y está integrado por los agentes que operan en el sector turístico. El segundo, es el entorno global (Macroentorno), donde está constituido por aquellas causas externas las cuales cambian la composición y la naturaleza de la práctica turística en el destino

En el mismo sentido, (Geoffrey I. Crouch & J. R. Brent Ritchie, 1999) exponen en su modelo cuatro elementos que explican los factores determinantes de la competitividad turística. El primer elemento del modelo es *factores y recursos complementarios*, que son aquellos que proporcionan la base firme sobre la que la industria turística se debe desarrollar. Entre estos factores se encuentran las infraestructuras generales del destino (servicios de transporte, servicio de agua, sanidad, etc.), los recursos facilitadores (instituciones financieras, calidad humana de los residentes, recursos de capital y de conocimiento, etc.), la vitalidad y el sentido empresarial y la accesibilidad del destino.

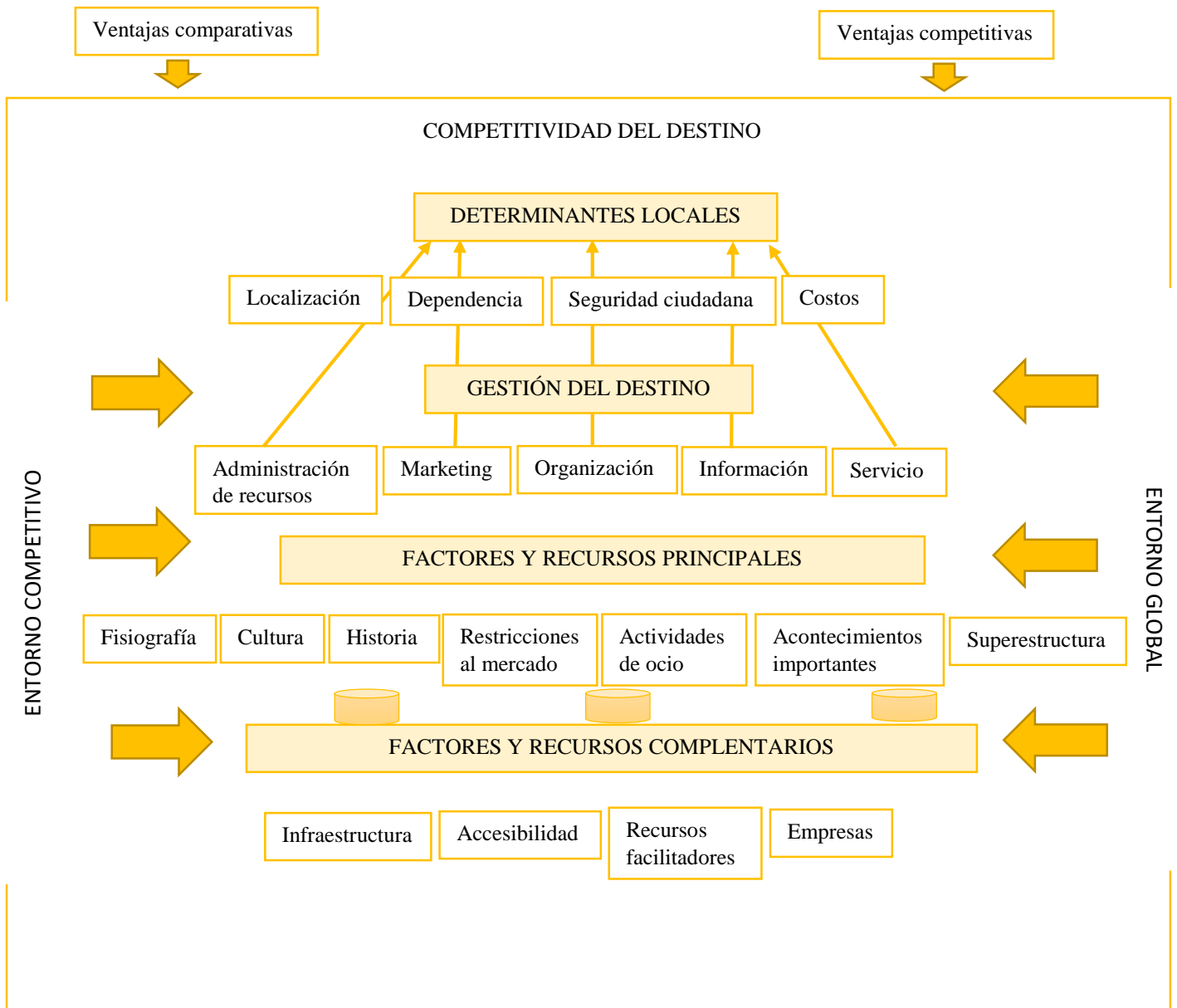
El segundo elemento es *factores y recursos principales*, los cuales representan los elementos básicos del atractivo turístico del destino, es decir, son aquellos elementos que harán que los visitantes potenciales opten por ese destino concreto y no por otro. Los autores del modelo agrupan estos recursos en seis grandes categorías: la fisiografía (características paisajísticas, climáticas, etc. del destino), la cultura y la historia (patrimonio monumental e histórico-artístico), las restricciones del mercado, la gama de actividades de ocio, los acontecimientos especiales (Juegos Olímpicos, Exposiciones Universales, campeonatos deportivos, etc.) y la superestructura turística (oferta de alojamiento, servicios de restauración, facilidades de transporte, etc.).

El tercer elemento es la *gestión del destino*, que engloba aquellas actividades que aumentan el interés por los recursos y atractivos principales, que fortalecen la calidad y la efectividad

de los factores y recursos complementarios y que mejor se adaptan a las restricciones impuestas por los determinantes locales del destino. Entre estas actividades pueden citarse las actuaciones de marketing (esfuerzos promocionales, política de precios, distribución y comercialización de paquetes turísticos, etc.), la calidad del servicio turístico, los sistemas de información (sobre necesidades de los visitantes, desarrollo efectivo del producto, etc.), estructura organizativa (empresarial) del destino y la administración de los recursos (protección y sostenibilidad de los recursos vulnerables a la práctica turística).

Y por último, los determinantes locales, los cuales pueden limitar o potenciar, según los casos, la competitividad del destino. Entre estos determinantes se encuentran la propia localización física del destino, las dependencias de otros destinos, la seguridad ciudadana y los costos (los costos de la vida en el destino, los tipos de cambio de las divisas, etc.

Figura 2. Modelo de competitividad de Ritchie y Crouch



Fuente: Extraída de (Geoffrey I. Crouch & J. R. Brent Ritchie, 1999)

De igual forma, el modelo más reciente propuesto en la literatura es el de Dywer y Kim (2003) que, basándose en el anterior modelo de Crouch y Ritchie (1999), proponen un modelo integrado en el cual plantean como un esquema para determinar la competitividad de un país como destino turístico, pero aplicable también a regiones, provincias, ciudades, etc.

Finalmente, los anteriores modelos nos ayudan a comprender teórica y conceptualmente que elementos pueden llevar hacer factores claves para generar desarrollo en el sector turismo.

2.5. Competitividad del sector turismo: Caso Quindío

La competitividad del sector turismo en el departamento del Quindío, se generó gracias al incentivo que se le dio al turismo rural, a la visión empresarial, al apoyo de distintos estamentos gubernamentales y al fortalecimiento de las instituciones los cuales hicieron que a partir del año 2001 del sector turismo tuviera mayor dinamismo dentro de la economía departamental.

Los modelos de competitividad ya especificados anteriormente, relacionan de manera intuitiva cómo el departamento del Quindío tiene factores de competitividad frente al sector turismo y cómo estas han sido eficientes para generar un desarrollo económico. R. De Duque et al. (2011), adaptando el diamante de competitividad de Michael Porter (1990) identifican los cuatro factores estratégicos de la competitividad en el sector turismo. En este sentido, el departamento del Quindío ha contado con políticas y planes de desarrollo como el antes mencionado del año 1998-2002 donde se contempló un apartado direccionado a la reconstrucción económica, social e infraestructura de este departamento. De igual forma se ha incentivando a las mejoras de factores como el capital humano apoyado por capacitaciones realizadas por el SENA para mejorar continuamente la prestación de servicios para el turismo, manteniendo su patrimonio cultural, es decir, su paisaje cultural cafetero; y sobre todo especializándose en el turismo rural. Aunque, el papel del gobierno en este modelo es exógeno, su comportamiento repercute en el desarrollo de los sectores productivos de un país.

El modelo de Crouch y Ritchie (1999), expone los factores determinantes en la competitividad turística, entre esos factores se destaca la fisiografía con la que cuenta este departamento, debido a que, posee gran riqueza natural en flora y fauna, y cuenta con parques temáticos como lo son: Parque Nacional del Café y el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria PANACA, además cuenta con sitios naturales, entre los que se destacan: el Valle de Cocora en Salento, la Granja de Mamá Lulú en Quimbaya, el Centro Experimental

de la Guadua en Córdoba, El Parque Safari en el Valle de Maravélez, ubicado en el municipio de La Tebaida; y El Mirador del Quindío en Filandia (Gobernación del Quindío, 2013). Otro factor importante a destacar es la superestructura turística con la que cuenta este departamento, teniendo como referencia la oferta de alojamiento que posee tanto rural como urbana, las facilidades de transporte como lo es el aeropuerto internacional El Edén es el que sirve a la ciudad de Armenia y está localizado a 10 minutos del área urbana de ésta. De modo similar, la comercialización de paquetes turísticos cada vez es mayor, tanto los operadores turísticos como las agencias de viajes ofrecen este destino de viaje por su riqueza turística que agrada tanto a visitantes nacionales como internacionales.

Por otra parte, al modelo desarrollado por Dywer y Kim (2003) no se identificaron los factores de competitividad debido a que está basado en el modelo de Crouch y Ritchie (1999) y los factores son similares.

Sin duda alguna el departamento del Quindío posee gran parte de los factores competitivos que se mencionan en tres grandes modelos de competitividad turística, debido a los grandes esfuerzos que ha realizado el gobierno nacional y gobierno departamental para buscar que el departamento sea potencia mundial y el imaginario colectivo que tienen las personas ajenas al departamento trascienda al interior del mismo y proporcione una gran diversidad de oferta de servicios turístico, para así lograr que se produzca desarrollo económico y mejora en el bienestar colectivo.

CAPÍTULO 3. PERSPECTIVA DEL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

El turismo se ha ido convirtiendo en una fuente para el desarrollo de las economías regionales. Como lo indica (Fortes & Oklinger, 2009)

El desarrollo económico a escala regional es un tema amplio y complejo que ocupa un espacio cada vez mayor en las agendas de estudios y debates de investigadores y técnicos de diversas ramas del conocimiento. La necesidad de considerar agendas, actores e instituciones para legitimar los procesos es aún una cuestión a reflexionar. El área del turismo pasó a ser un tema central debido a que la mayoría los destinos dependen del tiempo de permanencia del visitante. A su vez éste depende de la cantidad y calidad de la oferta turística. Es decir, así un municipio ofrezca excelentes atractivos, difícilmente conseguirá mantener la permanencia de los turistas por un tiempo mayor si no existe un trabajo integrado con la región que posibilite la diversificación y la cualificación de la oferta (2009. p. 660).

Del mismo modo, el departamento del Quindío ha logrado desarrollar su economía gracias al potencial turístico con el que cuenta a nivel nacional e internacional. Para Mendiverso, J. (2011) el turismo internacional en esta zona del país ha presentado un buen ritmo de crecimiento, debido a que, cuenta con programas de desarrollo turísticos que se han implementado en la región para ser más competitivo.

Cabe resaltar, que en Colombia no existe un solo rubro para la medición del sector turismo, por este motivo, es difícil cuantificar la contribución del turismo en la economía colombiana. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), categoriza Hoteles, Restaurantes, Bares y similares como lo más representativo que ha tenido el turismo dentro de la economía a lo largo de los años.

Tal como lo indica Brida (et al., 2010), en su publicación sobre el Turismo y desarrollo económico en el caso de Antioquia,

“Teniendo en cuenta que la contribución económica del turismo está repartida entre una serie de distintos sectores es, por consiguiente, difícil cuantificar la contribución del turismo a una economía. Vamos entonces a considerar como "turismo" sólo a los sectores relacionados directamente con él (específicamente, hoteles y restaurantes)” (2010, p. 7)

Por ese motivo, en este apartado se tendrán en cuenta los datos de Hoteles, Restaurantes, Bares y similares del departamento del Quindío para poder observar la incidencia de este sector dentro de la economía local.

El sector turístico ha tenido un crecimiento en la participación dentro del PIB Nacional, debido a que, este sector, tal como lo indica el (Ministerio de comercio, industria y turismo y Fondo de promoción turística), el gobierno nacional ha incentivado este sector, debido a que, el turismo es un sector generador de bienestar por el impacto en empleo directo e indirecto que genera. Igualmente es un sector muy amplio en el mundo, compuesto por diversas industrias, las cuales sobresalen por su tamaño e intensidad de capital humano (p. 8).

3.1. Incidencia del Sector Turismo en el PIB Nacional y departamental

Como se observa en el siguiente cuadro, ha existido una tendencia creciente en la participación del sector turismo en el PIB departamental del Quindío, observándose una variación positiva de 26% en la participación del sector turismo dentro del PIB del departamento del Quindío en el año 2000 frente al año 2005 y una variación positiva de 3,6% del año 2005 frente al año 2015.

La participación del sector turismo del departamento del Quindío dentro del PIB Nacional en el año 2013 fue del 0,034% a precios constantes, mostrando que durante 8 años su evolución no ha tenido grandes variaciones, manteniendo en niveles similares.

Cuadro 2. Participación del Turismo dentro del PIB Departamental, Participación del Turismo dentro del PIB Nacional

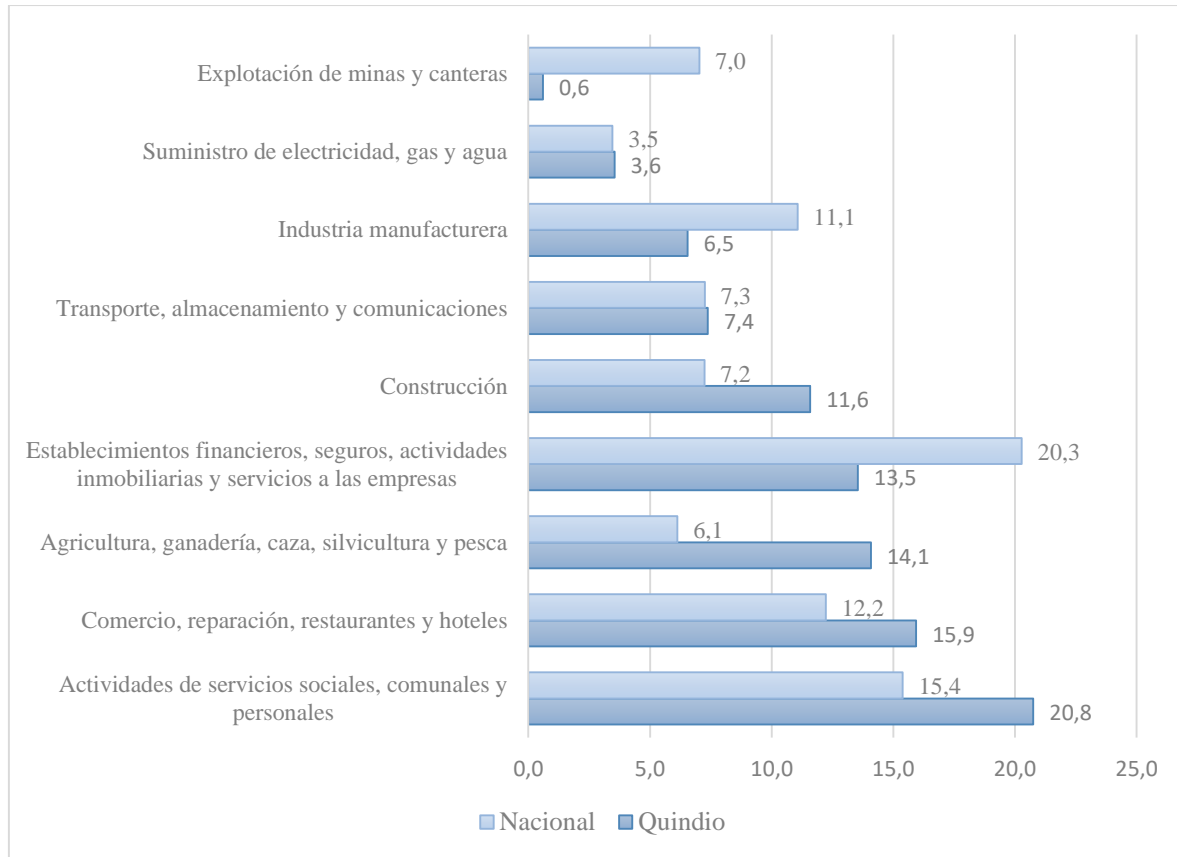
Años	Participación dentro del PIB Departamental	Participación del Turismo dentro Del PIB Nacional
2000	3,6%	0,036%
2005	4,6%	0,035%
2015	4,8%	0,036%

Fuente: DANE, RNT, DNP

El departamento del Quindío dentro de su economía posee actividades que al igual que las actividades relacionadas con turismo, participan de manera significativa dentro del PIB departamental del Quindío. El gráfico 1 muestra la participación porcentual del PIB por ramas de actividad para el año 2015 donde se compara el PIB del departamento del Quindío y el PIB nacional. Las actividades que registraron una participación significativa dentro del PIB departamental del Quindío y también frente al PIB nacional para este año fueron agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; comercio, reparación, restaurantes y hoteles; actividades de servicios sociales, comunales y personales; construcción; transporte, almacenamiento y comunicaciones y suministro de electricidad, gas y agua.

La actividad con menor participación dentro del PIB departamental fue explotación de minas y canteras, con una participación porcentual de 0,6%, pero en el caso del PIB nacional esta actividad participó en 7%.

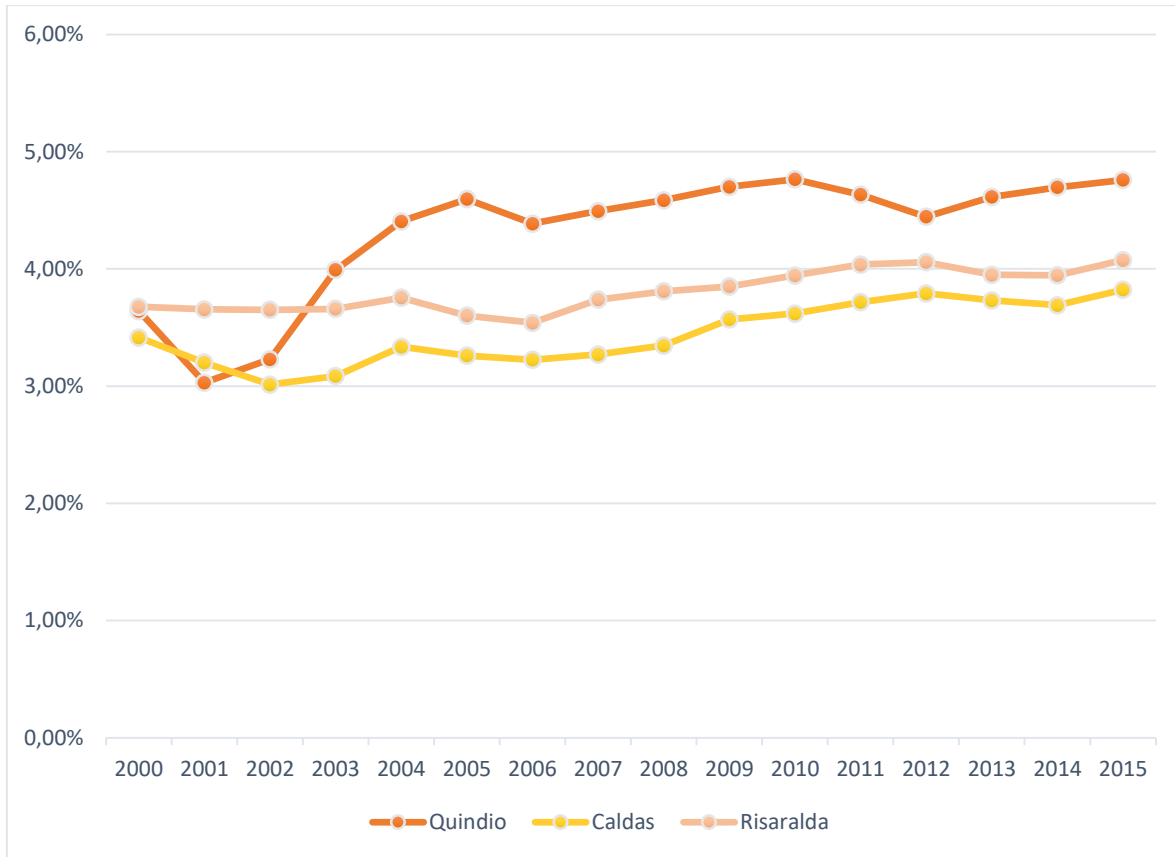
Gráfico 1. Participación porcentual del PIB por ramas de actividad. 2015 (precios constantes de 2005)



Fuente: DANE, Cálculos propios

El Gráfico 2, muestra la participación de hoteles, restaurantes, bares y similares de los departamentos de Quindío, Risaralda y Caldas frente al PIB departamental de cada uno de los departamentos, y en el mismo se observa que el departamento de Quindío tiene una tendencia creciente desde el año 2001, esto con efecto de la reconstrucción económica y social que se empezó a gestar luego del catastrófico terremoto. Se observa que el departamento del Quindío sobresale en la participación en este rubro frente a los otros departamentos que conforman el Eje cafetero colombiano.

Gráfico 2. Participación del Sector Turismo dentro del PIB departamental en los departamentos pertenecientes al Eje Cafetero



Fuente: Datos DANE, Gráfico propio

A propósito de lo anterior, es pertinente anotar que estos tres departamentos tienen características similares en su economía, debido a que está basada en el café, la industria agrícola y, sobre todo, en el sector turístico caracterizado por la cultura cafetera, los paisajes, la ecología, la naturaleza, la aventura, el ecoturismo, el agroturismo, la gastronomía, las fiestas, la biodiversidad, la arquitectura, el turismo rural, entre otros encantos que convirtieron a esta región en potencial turístico, como lo señala (Gómez R. et al., 2014) “ *El Eje Cafetero ha logrado un posicionamiento destacado en los últimos años, a punto de convertirse en el segundo destino turístico a nivel nacional después de la Costa Atlántica, especialmente en épocas de temporada alta*” (2014, p. 2).

3.2 Inversión en el Sector Turismo e ingresos operacionales

La inversión realizada para el sector turismo ha propiciado que los ingresos operacionales tengan un crecimiento cada vez mayor. Entendiendo el concepto de ingresos operacionales como aquellos ingresos producto de la actividad económica, en este caso, los ingresos producidos por la actividad turística.

El cuadro 3, posee la información desagregada de la inversión nacional para el turismo del departamento del Quindío para el año 2015 y de los ingresos operacionales para el año 2014, cabe resaltar que no existe una serie para estos dos rubros.

La inversión departamental realizada para el sector turismo en el año 2013 fue de \$1.177 millones de pesos, mientras que en el año 2015 fue de \$3.214 millones de pesos, con una diferencia en 2.037 millones de pesos, aumento que se debió a que se realizó una inversión por \$2.400 millones de pesos los cuales fueron destinados para el programa “Turismo como motor de desarrollo regional” (Camara de comercio de Armenia y el Quindío). Contrastado con la inversión nacional en Turismo que realizó El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) y el Fondo Nacional de Turismo (Fontur) por \$208.000 millones para el año 2015 (Saavedra Crespo, 2016).

En el mismo cuadro se muestra el registro de los ingresos operacionales del sector según el Registro Nacional de Turismo (RNT), se observa que por categorías donde los mayores ingresos los perciben los restaurantes y bares con una participación en los ingresos operacionales total de 82%, seguido de ventas en alojamientos rurales con una participación de 7% y total de ventas para parques temáticos en un 5%. Los ingresos operacionales en el año 2005 fueron de \$37.579.343 y para el año 2014 fue de \$814.128.420.404 con una diferencia \$776.549.076.789 millones de pesos del año 2005 al 2014. 14.409.921,69.

Cuadro 3. Inversión e ingresos operacionales del Sector Turismo, series desagregadas para el Departamento del Quindío

Proyectos realizados para el sector turismo (año 2015)	Cifras en Miles de Millones de pesos	Ingresos por categorías (año 2014)	Valor en Miles de Millones de pesos
Comercio, Industria y Turismo	\$3.214	Total en Ventas Alojamiento Urbanos	\$12.606.666.210
Turismo como motor de desarrollo regional	\$2.400	Total en Ventas Alojamiento Rurales	\$57.988.207.668
Generación de Ingresos	\$530	Total en Ventas Agencias de Viajes y Operadoras	\$13.277.261.865
Nuevos sectores basados en la innovación	\$230	Total en Ventas Restaurantes y Bares	\$671.178.256.464,00
Formalización laboral y empresarial	\$54	Total en Ventas Guías de Turismo	\$181.216.200
		Total en Ventas Parques Temáticos	\$40.900.865.134
		Total en ventas Otros Establecimientos	\$17.995.946.863

*Medido en Miles de Millones de pesos

Fuente: Estudio comparativo de la Cámara de comercio de Armenia y el Quindío (Camara de comercio de Armenia y el Quindío, 2015)

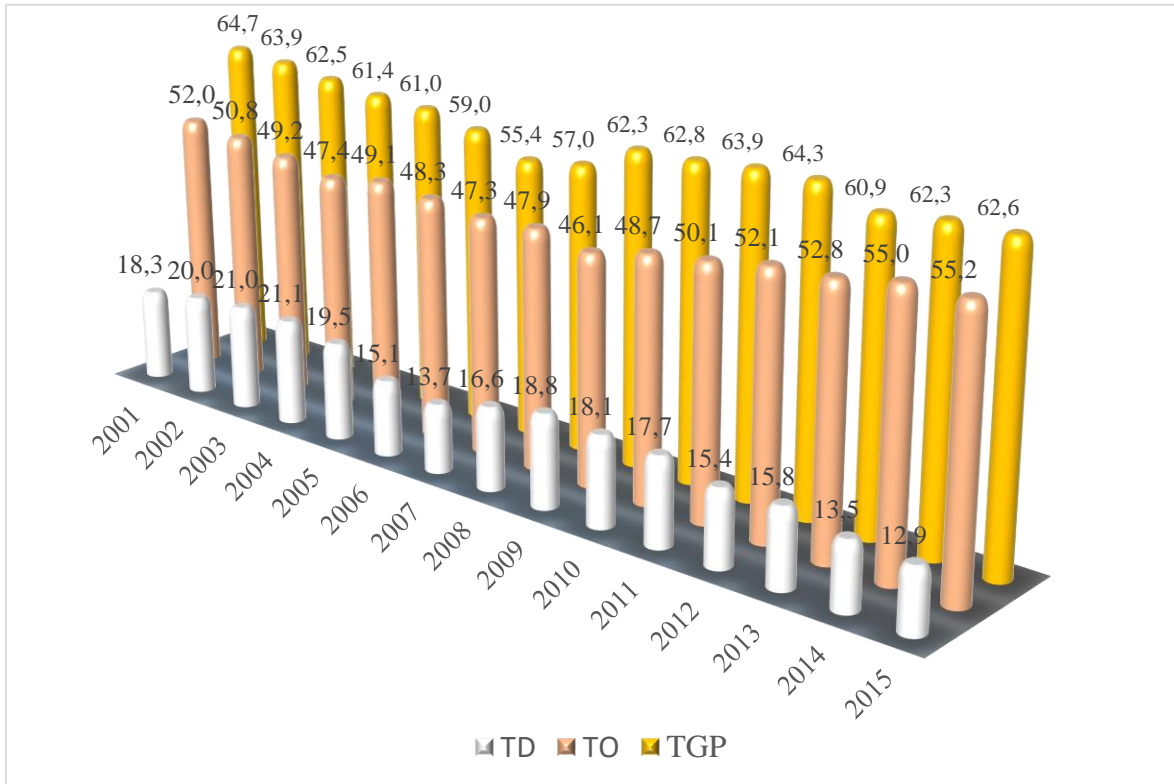
Para concluir el cuadro anterior, se puede observar que la inversión que se ha realizado para proyectos en el sector turismo para el departamento del Quindío ha aumentado de manera significativa, por lo cual los ingresos operaciones también han aumentado. Las políticas que se han generado como incentivo al desarrollo de este sector en la economía del Quindío conllevan a que este departamento cuente con factores competitivos y así mismo generar ingresos para su población.

3.3 Empleo en el Departamento del Quindío

En la siguiente gráfica se puede observar la Tasa Global de Participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y la Tasa de Desocupados (TD). Se evidencia que la TGP “*Es la relación porcentual entre la población económicamente activa y la población en edad de trabajar*” (DANE) No ha reflejado variaciones significativas. La TD “*la cual refleja la relación porcentual entre el número de personas que están buscando trabajo (DS), y el número de personas que integran la fuerza laboral (PEA)*” (DANE) Esta tasa decreció 5 puntos porcentuales en 15 años y la TO indica “*la relación porcentual entre la población ocupada (OC) y el número de personas que integran la población en edad de trabajar (PET)*” (DANE). La TO aumentó 3 puntos porcentuales en 15 años.

De acuerdo con la información suministrada por el Ministerio de trabajo, el porcentaje ocupación de la categoría Comercio, hoteles y restaurantes en el departamento del Quindío durante el año 2014 fue del 31,5%.






















Gráfico 3. Tasa Global de Participación, Tasa de Ocupación y Tasa de Desempleo



Fuente: DANE-GEIH

En el cuadro 4 los datos que se presentan corresponden a la cantidad de empleos reportados por los prestadores de servicios turísticos inscritos en el RNT a marzo 31 del 2015. Para un total de 3.942 empleos generados. Un aumento positivo puesto que 10 años atrás se generaron 2.732 empleos.

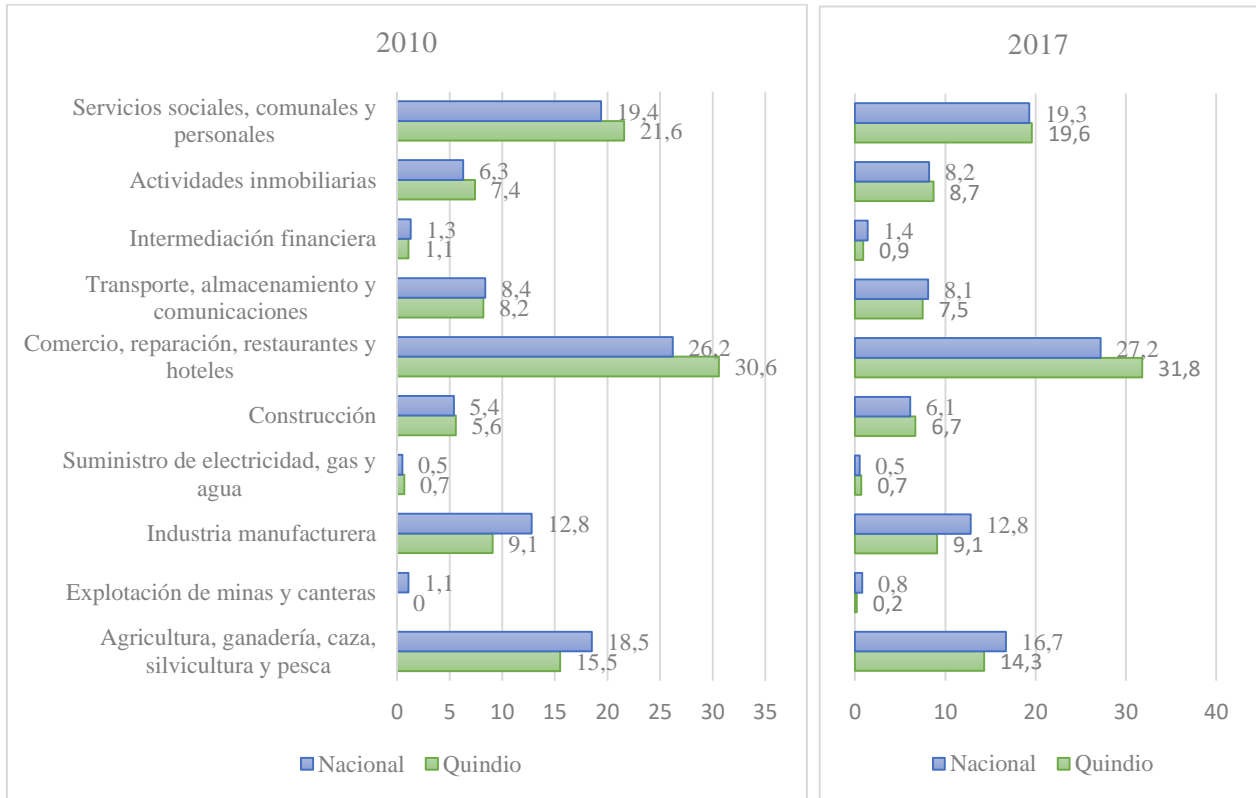
Cuadro 4. Empleos generados según los prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT) 2015

Categoría	Empleos		Total Empleos Generados
	Directos	Indirectos	
Alojamientos y hospedaje urbanos	 339	 169	 508
Alojamientos y hospedajes rurales	 1.313	 812	 2.125
Agencias de viajes y operadores turísticos	 132	 48	 180
Parques temáticos	 497	 270	 767
Restaurantes y bares	 60	 46	 106
Guías de turismo	 -	 -	 20
Otros establecimientos prestadores de servicios turísticos	 66	 170	 236

Fuente: Confecamaras

Respecto a la composición de ocupados por rama de actividad del año 2010 comparándolo con el año 2017, que se puede observar en el Gráfico 4 donde la actividad de comercio, reparación, restaurantes y hoteles tiene la mayor participación de personas ocupadas con un 30,6% por parte del departamento del Quindío y con un 26,2% a nivel nacional para el año 2010, presentando un aumento en de 1 punto porcentual en siete años a nivel del departamento y nacional. La segunda actividad que tiene mayor participación para el departamento y nacional es la actividad de servicios sociales, comunales y personales con una participación 21.6% y 19.4% respectivamente. Presentando una disminución de personal ocupado para el año 2017. La actividad de explotación de minas y canteras es aquella que posee el menor porcentaje de personal ocupado en el departamento del Quindío, con un 0% para año 2010 y 0,2% para el año 2017.

Gráfico 4. Composición % de los ocupados por rama de actividad



Fuente: Plan departamental de empleo del Quindío- Informe del Ministerio de Trabajo

Finalmente, después de analizar las cifras del departamento del Quindío se observa que el sector turismo ha venido presentando una tendencia creciente frente su participación en el PIB nacional y departamental desde el año 2000 hasta el año 2015, esto generado por las acciones institucionales ejecutadas a partir del año 1999 después del terremoto y el declive de la rentabilidad del café, durante este periodo analizado se contó con apoyo económico para infraestructura, capacitación de capital humano, fomento nuevas tecnologías, promoción del departamento como destino turístico tanto para turistas nacionales como para extranjeros, ampliación de atractivos turísticos, entre otros, lo que hizo que este departamento lograra un potencial turístico importante. Además, la inversión privada ha tenido gran relevancia, debido a que, la inversión en infraestructura física en centros comerciales, almacenes y hoteles de gran tamaño son de gran importancia para cumplir con las exigencias del mercado.

En el mismo sentido, aunque el departamento ha mostrado un comportamiento positivo en su crecimiento, el empleo no ha mostrado un crecimiento significativo, debido a que, se encuentra gran porcentaje de trabajo informal.

Con los anteriores datos, se puede decir que en el departamento del Quindío se están presentando todas las oportunidades para que de alguna manera se pueda ofrecer diferentes alternativas de turismo convirtiéndose en motor potencial e impulsador de recursos para el departamento a través del turismo de ocio, corporativo, de convenciones y de salud, para ubicarse estratégicamente en referente del tema a nivel local, nacional e internacional.

3.4. Los Efectos de la experiencia institucional en el Quindío

Los efectos generados por el desarrollo del sector turismo en el departamento del Quindío, ha generado efectos positivos en su economía, además de la reconstrucción económica que se dio esta región ha dejado la dependencia que tenía al café como actividad primaria, a concentrarse en poder utilizar la ventaja de ser una zona cafetera a también derivar de ello un potencial para desarrollar el sector turístico del departamento.

La experiencia institucional que ha tenido el departamento del Quindío ha sido exitosa, debido a, el papel eficiente de las instituciones para generar incentivos a las organizaciones políticas y económicas para que ellas tomen decisiones que favorezcan al sector. La economía del Quindío cada vez tiene mayor participación del sector turismo dentro de su economía local, generando mayor empleabilidad formal e informal, mayor inversión en infraestructura y mayores ingresos operacionales.

Por un lado, la cantidad de prestadores de servicios turísticos a lo largo de los años ha ido aumentando considerablemente, lo que trae consigo generación de empleo y mayores ingresos operacionales en el sector. Además, para el año 2014 el sector turismo del Quindío presentó los niveles más altos en ingresos operacionales en comparación con la cifra arrojada en el estudio “Sistema de indicadores de competitividad” realizado en el 2005, todo con

relación al continuo crecimiento que presenta el sector y su reconocimiento como destino turístico.

El departamento del Quindío, desde las diferentes entidades gubernamentales, no gubernamentales y gremiales ha planificado y ejecutado algunas acciones para fortalecer el sector turístico en la ciudad de Armenia y el departamento y de esta forma establecer un desarrollo económico sostenible. Estas acciones encaminadas como estrategias para generar factores competitivos, además de poseer gran riqueza natural, el departamento del Quindío cuenta una gran variedad en tipo de alojamiento, ampliando las opciones para el turista, posee parques temáticos y naturales, entre muchos otros, los cuales ha sido son factores que permiten adaptar y suplir las necesidades cambiantes de los turistas.

CONCLUSIONES

El sector turismo en el departamento del Quindío, ha venido presentado desde el año 2001 un crecimiento dentro de la participación el PIB departamental y el PIB total, debido a las diferentes estrategias instituciones como Planes de desarrollo, las políticas públicas, leyes y organizaciones políticas y economías, las cuales son un eslabón importante en factores de competitividad para el sostenimiento y fortalecimiento del sector turístico, como fundamento de desarrollo económico.

El departamento del Quindío pertenece junto a otros dos departamentos como lo son Risaralda y Caldas a la región de Eje Cafetero, a pesar de que tienen características similares en su economía cafetera, el departamento del Quindío posee una mayor participación del sector turismo dentro de su PIB departamental, parte de este hecho responde a las políticas institucionales que fueron adoptadas como estrategia de promoción del crecimiento y la competitividad económica del departamento, con base en el sector turismo.

En efecto el sector turismo tiene una participación en el PIB departamental cada vez mayor, desde el periodo analizado 2000-2015 donde presenta variaciones positivas anuales. De igual manera, la inversión y los ingresos operaciones del sector turismo han aumentado como consecuencia de estrategias para mejoramiento de la competitividad. El empleo, no ha tenido el mismo comportamiento de crecimiento como se esperaría, pero sin embargo puede estar relacionado con el hecho que de que en el sector turístico puede generarse informalidad en el empleo.

Las instituciones han contribuido al desarrollo económico departamental, generando mayor competitividad frente a otras regiones del país, la creación de instituciones fuertes y eficientes han sido las generadoras del éxito con el que cuenta el departamento del Quindío frente al sector turismo. Del mismo modo, frente a lo que indica la teoría sobre que las instituciones generan factores competitivos e influyen en las decisiones de los individuos generando o no desarrollo económico, en el caso del departamento del Quindío se pudo observar que las

estrategias institucionales lograron que el sector fuese más competitivo y así generar desarrollo económico.

Colombia cuenta con gran riqueza cultural, se debería seguir incentivando en otras regiones del país se especialicen en el sector turismo mediante estrategias institucionales que como en el caso del departamento sea una forma de desarrollo económico. Para esto, es necesario que las instituciones generen cultura desde la base para lograr que el contexto de una cultura cafetera no se pierda y de esta forma se pueda lograr un alto nivel de apropiación por su ciudad.

En otras regiones del país, que pueden ser un potencial turístico se debe generar conciencia a las entidades públicas, privadas, gremios y prestadores de turísticos sobre la importancia de promocionar estas rutas del paisaje cultural nacional para incentivar a que muchos visitantes tanto nacionales como internacionales conozcan diferentes lugares turísticas y así mismo se genere inversión, empleo y un desarrollo económico.

Referencias

- Paisaje Cultural Cafetero de Colombia. (2017). *Paisaje Cultural Cafetero de Colombia*. Obtenido de <http://paisajeculturalcafetero.org.co/contenido/departamento-del-quindio>
- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Por qué fracasan los países: Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza*. Nueva York: Crown Publishing Group.
- Álvarez Scanniello, J. E. (2014). *Instituciones, cambio tecnológico y productividad en los sistemas agrarios de Nueva Zelanda y Uruguay*. Montevideo: Universidad de la República de Uruguay.
- Amaya Molinar, C. M., Conde Pérez, E. M., & Covarrubias Ramírez, R. (2008). La competitividad turística: Imperativo para Manzanillo, Colima. *Teoría y Praxis*, núm. 5, 17-32.
- Banco de España. (2004). *Boletín Económico N° 18*. España: Artes Gráficas Coyve S.A.
- Bonilla C., E., & Rodríguez S., P. (1997). *Más allá del dilema de los métodos*. Bogotá: Norma.
- Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., Zapata Aguirre, S., & Giraldo Velásquez, C. M. (2010). Turismo y crecimiento económico. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local Vol 3, N° 7*, 1-15.
- Caballero Miguez, G. (2011). Economía de las instituciones: de Coase y North a Williamson y Ostrom. *Ekonomiaz N.º 77, 2.º*, 14-51.
- Camara de comercio de Armenia y el Quindío. (2015). *Estudio comparativo del turismo en el Quindío*. Obtenido de <http://www.camaraarmenia.org.co/contenido-index-id-273.htm>
- Chang, H. (2002). Breaking the Mould –An Institutionalist Political Economy Alternative to the Neo-Liberal Theory of the Market and the State. *Cambridge Journal of Economics vol. 26, No. 5*, 539-559.
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *JSTOR Economica, New Series, Vol. 4, No. 16*, 386-405.
- Coase, R. H. (1960). EL PROBLEMA DEL COSTO SOCIAL. *The Journal of Law and Economics*, 1-44.
- Coase, R. H. (1998). Assigning Property Rights to Radio Spectrum Users: Why Did Fcc License Auctions Take 67 Years? *The Journal of Law & Economics vol. 41*, 529-576.
- Congreso de Colombia. (s.f.). *LEY 1101 DE 2006*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22241>
- Congreso de la República. (s.f.). *LEY 1558 DE 2012*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=48321>
- COTELCO, UNICAFAM. (02 de 16 de 2018). *Centro de Pensamiento Turístico- Colombia*. Obtenido de ICTRC: <http://www.cptur.org/Publicaciones/o0GVkLQsHFpRqCD>

- DANE. (03 de 12 de 2008). *Censo 2005*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>
- DANE. (s.f.). *preguntas frecuentes*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_ech.pdf
- Díaz Guevara, C., & Sánchez Tamayo, D. (2017). *La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015*. Obtenido de PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13318>
- DNP. (1998). *Plan Nacional de Desarrollo Cambio para contruir la paz (1998-2002) - Andrés Pastrana*.
- DNP. (2005). *Documento Conpes 3397*. Obtenido de República de Colombia-Politica sectorial de Turismo: https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/CONPES_3397_.pdf
- DNP. (2014). *CONPES 3803*. Obtenido de POLÍTICA PARA LA PRESERVACIÓN DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO DE: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3803.pdf>
- Dupeyras, A., & MacCallum, N. (02 de 2013). *"Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document"*. Obtenido de OECD Tourism Papers: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/Indicators%20for%20Measuring%20Competitiveness%20in%20Tourism.pdf>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: a model and determinants. *Current issues in tourism, vol 6, nº 5*, 369-414.
- El país. (17 de 10 de 2011). *El país.com.co*. Obtenido de Turismo en Colombia, el primer sector beneficiado por TLC con Estados Unidos Octubre 17, 2011 - 12:00 a.m. Por: Redacción de El País: <http://www.elpais.com.co/economia/turismo-en-colombia-el-primer-sector-beneficiado-por-tlc-con-estados-unidos.html>
- Estrada, F. (07 de 2012). *Ronald Coase and the transaction costs*. Obtenido de MPRA Paper No. 39997, posted 11.: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/39997>
- Fernández Ávila, V. R., & Mendoza Muñoz, C. A. (2005). Plan de desarrollo turístico Quindío 2020. *Publicaciones Universidad Externado de Colombia*.
- Fortes, S., & Oklinger, M. (2009). *Desarrollo regional y turismo en Brasil. Políticas en el Valle Europeo*. Autónoma de Buenos Aires.
- García Jurado, R., & Guy Peters, B. (2003). El nuevo institucionalismo. Teoría institucional en ciencia política. *Teoría institucional en ciencia política-Estudios Políticos, vol. 8, núm. 4*, 217-220.
- Geoffrey I. Crouch, & J. R. Brent Ritchie. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research, nº 44*, 137-152.

- Gobernación del Quindío. (16 de 09 de 2013). *Página oficial de la Gobernación del Quindío*.
Obtenido de <http://quindio.gov.co/el-departamento/generalidades/datos-geograficos-basicos>
- Gómez Ramírez, A., Restrepo Quintero, G., & González Gómez, P. (06 de 2004). *Ensayos sobre economía-Banco de la República*. Obtenido de Centro Regional de Estudios Económicos: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/2004_junio.pdf
- Gómez Ramírez, A., Restrepo Quintero, G., & González Gómez, P. E. (2014). El turismo en el Eje Cafetero. *Ensayos del Banco de la República*, 1-45. Obtenido de Centro Regional de Estudios Económicos de Manizales: <http://www.banrep.gov.co/es/eser-12>
- Helmsing, A. (.), & Ellinger Fonseca, P. (2011). La economía política institucional del desarrollo local: dos cuentos de turismo en Brasil . *Eure vol 37 | no 110*, 31-57.
- Hodgson, G. M. (2006). What Are Institutions? *JOURNAL OF ECONOMIC ISSUES Vol. XL No. 1* , 1-25.
- Hong, W.-C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism, Volume 12*, 105-132.
- Jiménez Baños, P., & Aquino Jiménez, F. K. (2012). Propuestas de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 21*, 977 – 995.
- Literario del Eje Cafetero. (2015). Obtenido de <http://portalliterario.utp.edu.co/regiones/284/quindio>
- Lotero Contreras , J., Arcila, M., & Gómez Vargas, A. B. (2008). Políticas públicas y turismo en las regiones rurales de Antioquia, Colombia: aproximaciones desde el enfoque de sistemas productivos territoriales y redes institucionales. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 163-193.
- Masera, G. A., Palma, R., & Calagna, D. L. (2017). El institucionalismo económico. Identidad de un movimiento disidente (1899-1939). *Economía e Sociedade, Campinas, v. 26, n. 2*, 511-534.
- Mendiverso, J. (2011). Institucionalización del turismo internacional en la zona cafetera del departamento de Quindío, Colombia (2000-2010): aspectos político- económicos, actores centrales y mercado laboral. *Cuadernos de Geografía*, 65-84.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Fondo de Desarrollo Turístico de Colombia*.
Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=65680&name=TOLIMA-JULIO-2012-P1-249.pdf&prefijo=file>
- Ministerio de comercio, industria y turismo y Fondo de promoción turística. (s.f.). *Estrategia de turismo para Colombia*. Obtenido de https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA_TURISMO_PARTE_A.PDF
- Ministerio de las TIC. (2014). *Vive digital*. Obtenido de <http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-6106.html>

- North, D. (1991). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, D. (2006). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura.
- OCDE. (2001). *PPPs and the Price Competitiveness of International Tourism Destinations*. Obtenido de JOINT WORLD BANK – OECD SEMINAR ON PURCHASING POWER PARITIES: <http://www.oecd.org/sdd/prices-ppp/2424767.pdf>
- Peters, G. B. (2003). *El nuevo institucionalismo. Teoría institucional en ciencia política*. Barcelona: Gedisa, Colección Ciencia Política, Nuevas Corrientes en Teoría Política No. 4, 254.
- Powell, W., & DiMaggio, P. (1999). *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. México: Fondo de Cultura Económica.
- R. de Duque, R. I., Riveros Plazas, R., & Vélez Rivas, M. L. (2011). *La Cadena de Valor en Turismo*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia .
- Ramírez Montañez, J. (2014). El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos. *Revista Lebrez - Universidad Santo Tomás ISSN 2145-5996.*, 259 - 278.
- Restrepo Quintero, O. (06 de 2016). *Análisis de la política pública turística en Colombia 1923-2015*.
- Saavedra Crespo, M. (07 de 01 de 2016). Colombia tuvo más inversión turística en 2015. *Elmundo.com*.
- Sánchez Rivero, M. (2006). Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. *Revista de Análisis Turístico*, 4-22.
- Vargas Hernández, J. G. (2008). *Perspectivas del Institucionalismo y Neoinstitucionalismo*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/perspectivas2008-1.pdf>
- World Economic Forum. (2012). *The Global Competitiveness Report 2011–2012*. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf
- World Economic Forum. (s.f.). *Página oficial del Foro Económico Mundial*. Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad>