

CAPÍTULO 10

EL PAPEL DEL TURISMO EN LA INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA: NUEVOS RETOS Y PERSPECTIVAS REGIONALES

ANA MILENA LUENGAS ALARCÓN¹

DIANA MARÍA BURBANO²

Introducción

La integración regional es la clave para generar mayor conectividad: mejora la calidad de la infraestructura y facilita el complemento de los bienes y servicios que producen cada uno de los países miembros. Mediante la integración se pueden generar menores costos aduaneros, además de eliminar barreras, lo cual abre posibilidades a la regionalización, haciendo así que los países sean más eficientes en el uso y la optimización de sus recursos. Además, la integración regional es una posibilidad para cada país de complementarse con el mundo, compartiendo conocimientos y logrando unas tarifas más competitivas entre los socios.

-
1. Magister en Educación de la Universidad Pedagógica Nacional de Colombia. Administradora de empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia. Profesora líder de internacionalización en la Fundación Universitaria Los Libertadores. Correo: amluengasa@libertadores.edu.co
 2. Diana María Burbano, Coordinadora y docente en las universidades de Unitec, Politécnico Internacional y Politécnico Grancolombiano. Correo: dianafer9@gmail.com



En este orden de ideas, el sector turístico tiene un sinnúmero de posibilidades que permiten generar reflexión sobre las posibilidades de crecimiento y desarrollo económico, que podrían fomentarse a partir de los procesos de integración.

De esta manera, el presente capítulo se desarrolla mediante una revisión de literatura con un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, con la finalidad de reflexionar sobre el papel que representa el turismo en la integración regional desde sus aportes y beneficios para cada una de las partes que participan en el proceso, lo cual implica un progreso económico y social, además de identificar oportunidades que permitan el desarrollo de Colombia desde la participación en la integración.

Es así que se hace un breve recorrido por la política de turismo en Colombia, que permite hacer una relación con los tratados de integración en Latinoamérica y con las cifras dadas por la OMT, para dar cuenta de la gestión turística y su papel en la integración regional, asumiendo unas contribuciones e impactos desde los principales acuerdos o bloques económicos como el Mercosur, la Comunidad Andina de Regiones, la Comunidad del Caribe, entre otros, para dar cuenta de nuevos retos y oportunidades desde la cooperación regional.

Política del turismo en Colombia

Desde 1993, en Colombia se viene hablando de procesos de apertura, globalización y competitividad, como un eje de la política pública nacional de turismo; en efecto, durante los gobiernos de Gaviria y Pastrana, el turismo comenzó a figurar dentro de las políticas regionales importantes dentro de su plan de desarrollo, y fue hasta el año 1996 cuando se estructura la Ley General del Turismo, que consideró la formación del Viceministerio de Turismo, con acciones para mejorar la competitividad turística, expedición de decretos reglamentarios y funciones de vigilancia y control para prestadores de servicios turísticos.

Más adelante se estructura el Plan Sectorial de Turismo, años 2002-2006, en el que la dirección de turismo comenzó su concertación con las regiones para definir siete líneas básicas de la oferta turística nacional. En el plano nacional se logró consolidar una cultura turística por medio de la preservación de los valores sociales y patrimoniales, así las comunidades se beneficiaron de esta industria con su desarrollo. A nivel internacional, el país se concentró en atraer turistas con altos ingresos, con el fin de fortalecer la promoción. Lo anterior permitió mayor conocimiento de los mercados domésticos y de los internacionales, dando prioridad a los mercados fronterizos como Ecuador, Panamá y Venezuela. También se dio la cooperación internacional por medio de la asistencia técnica internacional para conocer temas de termalismo con Rumania y de ecoturismo con Costa Rica.

Colombia pasó de un plan de desarrollo enmarcado en la seguridad democrática a uno enfocado en la prosperidad democrática, y que en materia de turismo estableció el Plan Sectorial de Turismo 2011-2014, "Turismo como motor del desarrollo regional", el cual expresa como propósitos el fortalecimiento en materia institucional, de gestión pública, de las habilidades y competencias del equipo humano.

Luego, el país participó activamente en foros y eventos nacionales de integración y concertación política internacional: Acuerdo Colombia Comunidad Andina, TLC con México y Chile, TLC con Canadá y Estados Unidos, y Acuerdo sobre el comercio de servicios, los cuales buscan el crecimiento económico para sus habitantes mediante el turismo y las declaraciones emanadas de las cumbres realizadas cada año. Estos acuerdos fortalecen el diálogo político y las relaciones internacionales.

El turismo no se puede desligar de los acontecimientos y las tendencias políticas a nivel internacional. Va a ser clave en el desarrollo de acuerdos sobre servicios y formación de bloques comerciales en el ámbito internacional, porque el turismo está en el entorno de negocios y necesita estar libre de barreras, como lo menciona la Organización Mundial de Turismo, OMT (2011). Los trabajadores, los entornos y las comunidades vulnerables son objeto de protección; en consecuencia, para que exista evolución en el turismo se debe tener en cuenta:

1. Promoción de mercados turísticos abiertos que favorecen el desarrollo económico y la eliminación de la pobreza en países en desarrollo.
2. Eliminación de barreras para el crecimiento del turismo en la cadena de la oferta.
3. Competencia justa para los países.

La globalización de los negocios turísticos representa una evolución de las economías nacionales e internacionales. Según Montijano et al., (2014):

La disponibilidad de recursos y capacidades tecnológicas diferentes, junto con la existencia de relaciones económicas con otros países que permiten que la oferta de bienes y servicios, incluidos los turísticos, de un país pueda llegar a los mercados exteriores, facilitan a las empresas el aumento de la producción y la obtención de economías de escala. (p.233)

Esta cita expresa la posibilidad de mejorar los bienes y servicios por medio de la competitividad para lograr el comercio internacional y desarrollar, entre otras, actividades como la liberación de barreras para las transacciones internacionales, fomento de negocios electrónicos, sistemas de reservas centralizados (SDG), descenso de los costos asociados a viajes internacionales para acceder a mercados mundiales, aparición de nuevos destinos emergentes y mayor demanda en viajes internacionales.

Igualmente, el turismo en sí es un negocio, ya que es una actividad comercial que se realiza para obtener un beneficio mediante la compra y venta de servicios:

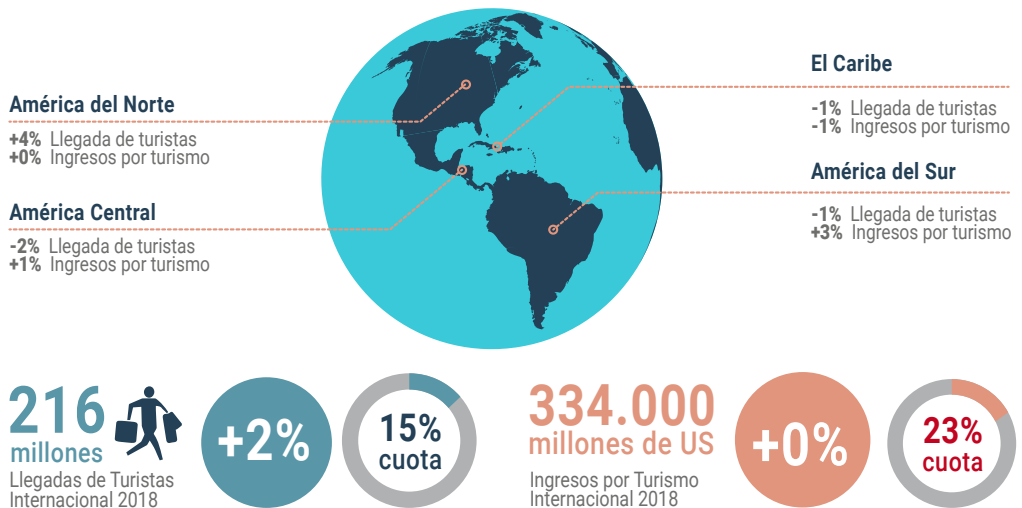
Además, el rápido crecimiento de los países industrializados ha sido en el área de los servicios y en especial en el segmento de los viajes y el turismo, por lo que la misma concentración de los turistas en un espacio geográfico

dado produce una indudable economía de escala que favorece el éxito de los negocios turísticos, a pesar de los impactos ambientales que comienzan a cambiar las percepciones de los visitantes, favoreciendo a los nuevos competidores e innovadores en lugares diferentes y más distantes del tradicional Mediterráneo. (Ascanio, 2007, p.92)

Si se examinan algunas cifras relacionadas con la economía y el turismo mundial de la información de la OMT, año 2018, los ingresos por turismo internacional aumentaron en un 4,9% en términos reales (cifra ajustada por la fluctuación del tipo de cambio y la inflación), hasta alcanzar los 1,34 billones de dólares de los Estados Unidos en 2017, crecimiento de los ingresos a nivel mundial en la llegada de turistas internacionales en un 7%, donde el total de exportaciones alcanzó por turismo internacional los 1,6 billones de dólares, o una media de 4.000 millones de dólares (OMT, 2018), lo cual demuestra que el turismo en muchos países desarrollados es el principal sector de exportación.

De hecho, según Leñan (2019), América del Norte lideró el crecimiento con resultados sólidos continuados en México y positivos en Estados Unidos. Mientras que el Caribe sigue arrojando resultados desiguales, a excepción de Jamaica y República Dominicana, que siguen arrojando resultados sólidos. Como menciona el informe de la OMT (2019), América del Sur mostró resultados desiguales, manteniendo buenos resultados en Colombia, Ecuador y Perú.

Figura 1. El turismo en cifras



Fuente: OMT (2019). Panorama del turismo internacional, edición 2019.

De la misma manera, en el caso colombiano, el informe de Turismo del MinCIT (2019), con el último corte del año 2019, muestra que entre enero y noviembre llegaron al país cerca de 4 millones de visitantes no residentes, de los que 2,9 millones correspondió a extranjeros no residentes, 309 mil correspondió a pasajeros en cruceros internacionales, 746 mil fueron colombianos residentes en el exterior que visitaron el país. Actualmente, se tiene como proyección en Colombia aumentar a 4,9 millones el número de visitantes no residentes, según información del Clúster de Turismo de Negocios y Eventos de Bogotá (2019). Igualmente, Santoro (2019) propone lograr esto con mayor inversión en infraestructura turística, aumentando la conectividad aérea y con capacitación a turoperadores. Julián Guerrero, viceministro de turismo en 2019, en entrevista con el periódico El Tiempo (2019), asegura que las políticas o estrategias que tiene el gobierno para mejorar la posición de Colombia como destino internacional están ligadas a una campaña llamada "Colombia siente el ritmo", cuyo enfoque en la música permitirá integrar la participación tanto internacional como Latinoamericana en eventos y ferias, como es en la Fiexpo, donde Colombia cuenta con participación en el tema de turismo. (*N. del Ed: en el momento de realización del trabajo de investigación que compone el presente capítulo, no se contaba con la ocurrencia de la Pandemia del 2020 y 2021.)

Gestión turística y su papel en la integración regional

El turismo constituye hoy en día un sector estratégico prioritario, tanto a nivel nacional como internacional. Esto lo manifiesta el Departamento Nacional de Planeación de Colombia (DNP) (2019), que considera el buen momento que está viviendo el turismo en el mundo, lo convierte en un sector estratégico para insertarse en el mercado como un "destino innovador, diverso y de alto valor". Es prioritario, porque permite mejorar la competitividad de Colombia bajo principios de sostenibilidad que le permiten dar cuenta de los pactos con la ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU), el trabajo decente y el crecimiento económico, la producción y el consumo responsable, la vida submarina (DNP, 2019). Esto puede permitir la integración regional, convirtiendo al turismo "sector estratégico y prioritario" en Latinoamérica. En los datos anteriores se evidencia que dichos resultados se basan en acuerdos que han realizado entre los países que desarrollan el turismo como eje fundamental de su economía.

La integración de los países corresponde a:

razones de tipo económico y político. Las cuales se basan en las nuevas posibilidades que se presentan cuando se amplían los mercados y se fomenta la competencia entre los agentes económicos, para alcanzar mayores niveles de desarrollo y bienestar para sus ciudadanos. (Montijano et al., 2014, p.251).



Es así como, siguiendo a Montijano et al. (2014), las razones políticas van de acuerdo con los países y sus gobiernos, sin embargo, para lograr dicha integración se pueden diseñar mecanismos de cooperación que logran integrar los Estados y figurar a nivel internacional, eliminar las barreras que pueden ser arancelarias, mejorar los niveles de renta y el bienestar económico que generan crecimiento de las economías en el mundo y permiten la internacionalización.

Resaltando que los organismos de cooperación promueven las relaciones internacionales entre los países que presentan desarrollo económico similar, posibilitan que se planteen estrategias que apoyen el desarrollo e integración de los países, en Colombia, las estrategias son: incorporar al turismo dentro de los planes de desarrollo regional y nacional; fortalecer y proyectar la imagen promocional del país en el exterior (Montijano et al., 2014)

Del mismo modo, otros factores económicos determinantes en el turismo son: un entorno económico favorable, fuerte demanda de los principales mercados emisores, consolidación de la recuperación en destinos principales afectados por crisis previas, mejorar la conectividad aérea y facilitación de visados (OMT, 2018).

Ascanio (2012) menciona que los bienes y servicios consumidos por los visitantes son los llamados primarios: transporte, alojamiento, alimentación y entretenimiento, según el motivo del viaje en el destino y los bienes y servicios secundarios producidos para la comunidad residente y utilizados por los visitantes. Estos forman parte de los visitantes y turistas cuando visitan los destinos, y como hecho humano el turismo es también un hecho social que pertenece al campo de las ciencias sociales y, por lo tanto, a las ciencias económicas, sin olvidar que es una actividad comercial internacional, una actividad donde se da intercambio internacional de bienes y servicios, por el tipo de mercado que desea captar, mercado de extranjeros, las estrategias de mercado internacionales destacadas como ferias internacionales, foros internacionales, ruedas de negocios, encuentro de exportadores, en los que participan desde las cadenas hoteleras reconocidas en el mundo como Hilton, Sheraton, Holliday, hasta las empresas de transporte aéreo provenientes de países europeos, entre las que se encuentran Air France, Alitalia, Lufthansa, y de Estados Unidos como American Airlines, United, de pasajeros y carga, franquicias, todas actividades comerciales que derivan de operaciones y que se dan entre regiones y países, las cuales refuerzan el crecimiento y la importancia del turismo internacional como lo menciona el informe de la OMT en el año 2017: el turismo internacional, durante los últimos cinco años ha crecido más velozmente que el comercio mundial de mercancías y equivale al 29% de las exportaciones de servicios, igualmente constituye el 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios (OMT, 2019).

Estas cifras demuestran un crecimiento del turismo internacional entre las naciones del mundo, y se resalta que el sistema de comercio internacional tiene un enorme efecto en el turismo internacional, no solo con respecto al transporte de turistas a través de fronteras, sino también en cuanto a la adquisición de multitud de bienes y servicios esenciales para el

suministro de turismo internacional (desde todos terrenos para safaris hasta cocineros para restaurantes, pasando por programas informáticos de contabilidad en hoteles) (OMT, 2018).

Así, Colombia podría aprovechar las zonas de libre comercio, las uniones aduaneras o los mercados comunes como espacios para la expansión de las actividades turísticas; sin embargo, para establecer lo anterior se requiere una autoridad por encima de las naciones cuyas decisiones obliguen a los Estados miembros a cumplirlas.

Contribuciones e impacto de la integración sobre el turismo en la región

La apertura económica ha logrado globalizar el mundo, en menos de 10 años, a partir de la creación de bloques económicos y tratados de libre comercio, que vigilados por las entidades que regulan los estándares de comercio y la integración regional han expandido por el mundo las actividades de comercio y el relacionamiento internacional, lo cual, hasta hace unos años, solo era el sueño de grandes personalidades como Alejandro Magno, Napoleón Bonaparte y Simón Bolívar, ideologías que no solo impulsaron la apertura económica, tomando como referencia el comercio, sino también la promoción del turismo desde el libre intercambio, la eliminación de fronteras, comenzando con los bloques económicos como CAN, Caricom, Unasur, SICA, ALBA, AP, CELAC y Mercosur (Uribe, 2013).

Igualmente, el turismo es una actividad económica que favorece en un 10% al crecimiento del producto interno bruto (PIB) mundial, participación que ha ascendido durante los últimos 10 años, estableciendo un desarrollo importante en la eficiente acción económica que esta representa para muchas regiones del mundo. Según el Consejo de Viajes y Turismo Mundial, por su sigla en inglés WTTC, actualmente la industria del turismo genera más de 284 millones de empleos que se traduce en el 8% del empleo mundial, es decir, uno de cada doce empleos, lo que representa una cifra interesante en la disminución del desempleo como fruto de la expansión de dicha actividad económica (Casa Editorial El Tiempo, 2018).

Además de lo anterior, se hace necesario mencionar el impacto directo a la economía desde el sector del turismo. Según la OMT (2018), el turismo mundial ascendió hasta los 1.400 millones de viajeros internacionales durante el año 2018. Es decir, tal actividad económica en dos décadas ha pasado a transformarse en el tercer motor de la economía mundial. El crecimiento del turismo también ha desencadenado los siguientes factores: la estacionalidad, los bajos sueldos y la masificación turística, que son algunos de sus resultados negativos, factores que deben ser relacionados en un buen acuerdo de integración para ser impactados de forma positiva, reduciendo el impacto negativo para residentes y turistas. Desde los principales impactos que trae el turismo a los países que participan del mismo y para los viajeros, podemos encontrar: ingreso de divisas, contribución al ingreso privado y público, generación de empleo, creación de tecnologías y la formación de capital



humano, además de oportunidades de negocio que se pueden generar para el país o región (Ramírez, 2011).

De acuerdo con lo anterior se identifican varias posibilidades que contribuyen no solo al crecimiento económico sino al desarrollo tecnológico y social de los países que se suman a los acuerdos y a la integración regional, objeto para el cual es necesario que la comunidad residente en cada región reconozca su patrimonio material e inmaterial para así poder potencializar los resultados de la integración.

Por otro lado, el impacto directo del turismo desde la integración regional está reflejado de la siguiente manera: eliminación de condiciones para ingresar a un país, es decir que el turista se puede movilizar a través de los países que conforman el acuerdo sin visa (Ministerio de asuntos y relaciones exteriores de la Unión Europea, 2019), y la capacitación para el talento humano que es partícipe de la integración. También es importante aclarar que las herramientas de promoción y difusión a nivel provincial comparten las mismas características, pero no suelen organizarse desde los objetivos de carácter sectorial, sino desde su especialización productiva, lo cual puede ser un limitante para el desarrollo de la integración; un ejemplo de esto son las empresas de turismo, que por la propia naturaleza de los objetivos de este tipo de instrumentos promocionales, tanto los de origen nacional como provincial, tienen un impacto neutro sobre las dimensiones consideradas de integración profunda, es decir que no en todos los países ocurre que la integración se logre abarcar en conjunto con todos los sectores, lo que se refleja en el sector turístico, puesto que algunas veces no ha sido posible que del turismo y la gastronomía logren un desarrollo y avance al mismo tiempo, sino en épocas diferentes y desde una especialización completamente distinta; sin embargo, un caso que muestra cómo el turismo y la gastronomía se pueden desarrollar de manera simultánea se puede observar en Perú, con la ruta gastronómica, en la que no solo se promueve la culinaria local, sino que al mismo tiempo se promueve el turismo, lo cual garantiza el desarrollo del sector de forma integral.

A continuación, se presenta el impacto y los beneficios que los acuerdos y bloques económicos han generado en el turismo:

Beneficios y Acuerdos

Mercosur (Mercado Común del Sur)

Subsidios a proyectos orientados a: capacitación para talento humano de establecimientos que se encuentren clasificados dentro de las actividades turísticas, comerciales y gastronómicas; certificación de calidad, promoción comercial en el exterior, generación de nuevos servicios y mejoras mediante estudios de factibilidad, búsqueda de inversionistas con investigación de mercados. "Libre comercialización de bienes, servicio y factores productivos. Generación de una política comercial común. Unificación de las legislaciones para fortalecer la integración" (Mercosur, 1994).

CAN (Comunidad Andina de Naciones)

Concentración de actividades a partir de determinadas prioridades, integración comercial, Pymes, favorecer la inversión extranjera, ampliar las dimensiones de los mercados, activar el desarrollo económico, cooperación y coordinación de políticas entre sus miembros en un amplio espectro para la integración regional desde políticas y estrategias regionales de obligatorio cumplimiento (Catalano, 2013).

Caricom (Comunidad del Caribe)

Mejorar las condiciones de acceso de los productos costarricenses al mercado, así mismo la creación de nuevas oportunidades para la oferta exportable de Costa Rica en los países que lo conforman, especialmente en los sectores con gran variedad de recursos económicos como naturales. Brindar mayores expectativas y opciones al consumidor nacional, generar un mercado más amplio y seguro para el ingreso de los productos provenientes de las zonas costeras (Ruvalcaba, 2018).

Unasur (Unión de Naciones Suramericanas)

Integrar una identidad regional cultural, económico, política y comercial, Fortalecer las actividades comerciales de los países suramericanos (Moncayo, 2012).

SICA (Sistema de la Integración Centroamericana)

Libre comercio a escala mundial, fortalecimiento de las instituciones de los países de la región. eliminación de condiciones arancelarias unilaterales de ambas partes, y esto favorece a la inversión en Centroamérica más allá de los efectos considerados anteriormente (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2004).

ALBA (Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América)

Desarrollar el diálogo entre regiones. Generación de acciones en contra de la pobreza y exclusión social. Promover los derechos humanos, laborales y de la mujer. Garantizar la defensa del medioambiente. Eliminar el analfabetismo. Disminuir el dólar como medio de pagos interregionales. Impulsar el ajuste estructural del Fondo Monetario Internacional (Pérez, 2013).

AP (Alianza del Pacífico)

Formar de manera participativa un área de integración profunda para avanzar hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías. Participar de una plataforma de articulación política; de integración, económica y comercial; y de proyección al mundo (Alianza del Pacífico, 2016).

CELAC (Comunidad de Estados Latinoamericanos y caribeños)

Profundizar la integración de los países latinoamericanos y caribeños en un marco de



solidaridad, cooperación, complementariedad y concertación política, y liberar a los países latinoamericanos de la tutela tradicional de EE. UU. y Europa. Promover el desarrollo económico (Ministerio de asuntos y relaciones exteriores de la Unión Europea, 2019).

Impactos de los acuerdos en el turismo

Mercosur (Mercado Común del Sur)

Mejora o promoción de servicios turísticos que ofrece la ciudad, con el objetivo de favorecer a cada región a partir del aprovechamiento de sus recursos naturales y económicos.

También facilita la movilidad de personas entre los países y regiones a través del acuerdo de residencia temporal, y se promueve el desarrollo de circuitos turísticos fluviales integrales con los países que conforman el acuerdo. Aceleración en el desarrollo del sector económico del turismo (Hosteltur, 2019).

CAN (Comunidad Andina de Naciones)

Derecho para los turistas y visitantes a movilizarse a otro país perteneciente a la CAN, sin necesidad de visa ni pasaporte; fortalecimiento de identidad regional, el número de turistas que se movilizan según el acuerdo es menor al número global. Los países pertenecientes a la CAN poseen una oferta turística compuesta de una gran cantidad de atractivos, recursos naturales y bienes (Catalano, 2013).

Caricom (Comunidad del Caribe)

Dentro de los impactos más representativos para el turismo se pueden nombrar: el incremento en la competitividad del turismo caribeño, desarrollo de estrategias de complementariedad entre los países que conforman el acuerdo, incluido el diseño e implementación de programas competitivos de multi-destino. Aplicación de la oferta turística de la comunidad del Caribe (Ruvalcaba, 2018).

Unasur (Unión de Naciones Suramericanas)

Actualmente se busca reemplazar dicho acuerdo que no se encuentra activo por PROSUR, pero se debe replantear la raíz de su objeto sobre bases sólidas, por tanto, actualmente no está impactando el sector (Reinoso, 2019). Por otro lado, se impacta en el fomento del turismo ecológico (Moncayo, 2012).

ALBA (Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América)

Generación de desarrollo para los países latinoamericanos y del Caribe, beneficiando su gran biodiversidad de recursos existente en cada región. En cuanto a la educación, se promueve mediante la red de universidades especializada en turismo, formación en pregrado y postgrado en materia turística (Pérez, 2010).

AP (Alianza del Pacífico)

Promoción del turismo dentro de la región que lo integra, bajo los lineamientos para la inclusión de nuevos países y la creación de un fondo de cooperación con un monto de un millón de dólares (Mora, 2016). Se apoya en la movilidad de estudiantes mediante el programa de becas, que no solo beneficia a los estudiantes de los programas de turismo sino en general.

CELAC (Comunidad de Estados Latinoamericanos y del Caribe)

Cooperación para el turismo, intercambio académico y promoción del impulso cultural y humanístico (Vadell, 2018).

De acuerdo con los anteriores impactos y beneficios descritos, se puede observar cómo la integración ha aportado de manera significativa a cada uno de los elementos que permiten fortalecer el turismo, garantizando así las condiciones que permitan promover el desarrollo y crecimiento del sector.

Para el caso de Mercosur, dos aspectos claves son la contribución en términos de la capacitación para el talento humano que trabaja en el sector y el desarrollo de circuitos turísticos fluviales que favorecen el desarrollo económico.

El acuerdo Caricom contribuye a la promoción de la región del Caribe, que representa alto potencial de desarrollo además está catalogado como uno de los atractivos turísticos más importantes del país con alta potencialidad.

Desde el impacto principal analizado en el SICA se puede observar que dicho acuerdo promueve la inversión extranjera, lo cual indudablemente contribuye al desarrollo de infraestructura y aumento de las condiciones para el desarrollo del turismo en cada una de las regiones.

En el caso de la Alianza del Pacífico, la Alianza Bolivariana, Comunidad de los Estados Latinoamericanos y Caribeños se promueve la educación por medio de la asignación de becas en turismo y en diferentes ramas de la educación que no solo aporta a la cualificación del talento humano, sino que permite promover el turismo entre los países que conforman cada una de estas alianzas.

Los demás bloques y acuerdos tienen una característica en común que está relacionada con promover cada una de las tendencias del turismo, además de la eliminación de las barreras para los turistas, como lo es poder viajar entre los países que forman cada acuerdo o cada bloque económico, lo cual incentiva de manera significativa la promoción del turismo a nivel internacional.



Nuevos retos y oportunidades del turismo colombiano desde la cooperación regional

En los últimos años, los tratados y acuerdos de libre comercio han abierto paso a generar la eliminación de fronteras, garantizando la comercialización de productos sin arancel y la llegada de turistas a algunos países que integran dichos tratados sin visa, lo cual ha contribuido al desarrollo económico y social. A medida que avanza este desarrollo es común encontrar intervenciones destinadas a poner valor en el patrimonio de una localidad o territorio, a modernizar planes de desarrollo regional, políticas de instituciones públicas de turismo, creación de nuevas infraestructuras de transporte como aeropuertos y puertos, además de recintos deportivos y para la organización de eventos de gran formato, que a su vez son zonas francas (Pérez, 2013).

Además de lo anterior, se han destinado recursos a la formación de talento humano, la implementación de emprendimientos de turismo comunitario, impulso de nuevas modalidades turísticas como el turismo solidario; conjuntamente también se han trabajado estrategias para defender los derechos de los turistas y de quienes viven en el territorio afectados por el desarrollo del turismo. Lo anterior se puede ver reflejado en Colombia desde las siguientes iniciativas: protección de los diferentes grupos étnicos, recuperación de tradiciones y lenguas originarias de cada comunidad. Desde el turismo solidario se destacan las labores de voluntariado que se pueden desarrollar no solo en el país, sino en otro destino internacional, ayudando a una comunidad específica; para el caso puntual de Colombia, en el municipio de Dolores, Tolima, existen algunos proyectos que incentivan el turismo: el mejoramiento del posicionamiento de dicho destino turístico, además de la elaboración del café para generar el desarrollo de la comunidad.

Para el caso del turismo comunitario, un claro ejemplo de éxito fue Buenaventura, donde toda la comunidad trabajó para recuperar la playa de la Barra, con el fin de motivar la visita de más turistas logrando más oportunidades económicas y de desarrollo para la comunidad.

Otro ejemplo de la defensa de los derechos de los turistas y las personas que habitan el territorio sucedió en el año 2018, cuando se planeaba construir un nuevo hotel en Villa de Leyva, y la comunidad promovió estudios demostrando que dicho lugar no estaba preparado para la nueva construcción, en tanto que no contaban con un buen sistema de alcantarillado y acueducto, así que en caso de construir el hotel la comunidad corría el riesgo de no contar con servicio de agua en temporadas de alta ocupación,

El proceso de desarrollo del turismo se reporta a partir de los años noventa (Pérez, 2013), puesto que antes se analizaba un poco más a fondo la situación de pobreza de cada región y se consideraba que la expansión del turismo podría afectar la cultura, sin embargo, durante el proceso se ha determinado que hay tanto aspectos positivos como negativos, y frente a ello se deben considerar estrategias que minimicen los impactos negativos. Desde

el año 2008 nació la red COODTUR, que se creó con el objetivo de convertirse en una plataforma académica de difusión y transferencia para los estudios e investigaciones de turismo, y elaboró una herramienta para acercar a la academia y a las acciones de cooperación al desarrollo en materia de turismo, donde actualmente están vinculados investigadores de varias instituciones educativas cuyo tema de investigación es el turismo.

De igual manera, el desarrollo del turismo también se ha visto reflejado desde otros aspectos como lo son el desarrollo agrario y la educación. Es innegable que el turismo rural comunitario, entendiendo como tal “un tipo de turismo de pequeño formato, establecido en zonas rurales y en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión” (Gascón y Cañada 2005), a su vez es uno de los turismos más nombrados y desde los cuales se han trabajado muchos esfuerzos.

Finalmente, gracias a la inversión que se ha realizado en centros de convenciones hay oportunidades para la promoción del turismo, ya que estos se convierten en una excelente oportunidad de atraer turistas de negocios, desde la consecución de eventos internacionales que decidan tener como opción de escenario para el desarrollo de su evento a Bogotá en el caso de Ágora Centro de Convenciones, una inversión en infraestructura que no solo ha superado en capacidad los centros de convenciones del país, sino que logró transformar la zona en donde se encuentra ubicado, desde la generación de proyectos de restaurantes y la construcción de un nuevo hotel de la cadena Hilton, además del aporte que se genera al crecimiento del turismo desde la visualización de Colombia como destino en tendencia (Clúster Bogotá Turismo de Negocios y Eventos, 2019).

Conclusiones

Para lograr una integración regional económica se necesita un proceso que logre plantear iniciativas de cooperación y coordinación, no solo en temas económicos y comerciales, sino en temas políticos, sociales, culturales y ambientales entre las regiones y los países que lo pacten.

Colombia tiene diversas oportunidades por las que vale la pena continuar con la integración, pero se hace necesario concientizar un poco más a todas las comunidades las ciudades y pueblos sobre el impacto que puede tener el desarrollo del país gracias a todos los beneficios que brindan los acuerdos, como lo son la capacitación para el talento humano en turismo, las oportunidades de educación y cualificación para los futuros administradores hoteleros, la inversión extranjera que garantice las condiciones, además de promocionar y posicionar a Colombia como un buen destino turístico.

En este sentido, se pueden enumerar como ventajas con las que cuenta Colombia dentro del campo, la capacitación al talento humano que le permite prestar un servicio de cali-



dad y el potencial de sus destinos costeros que actualmente atraen gran cantidad de turistas. De la mano, la integración facilitaría para Colombia el acceso a mayor inversión extranjera que pueda mejorar las rutas y vías de acceso a los diferentes destinos turísticos (no solo en las grandes ciudades, sino en los municipios), y los programas de becas de intercambio que no solo favorecen la educación del país, sino que además promueven el turismo.

Los elementos importantes por los que se debe fortalecer la integración regional deben tener en cuenta que la integración regional ha sido influenciada por el éxito de la región de Asia Oriental y del Pacífico, donde el comercio intrarregional y las exportaciones han aumentado, por lo cual se hace necesario perseguir acuerdos políticos formales para fortalecer el crecimiento y desarrollo económico en Latinoamérica y el Caribe (Molina, 2014).

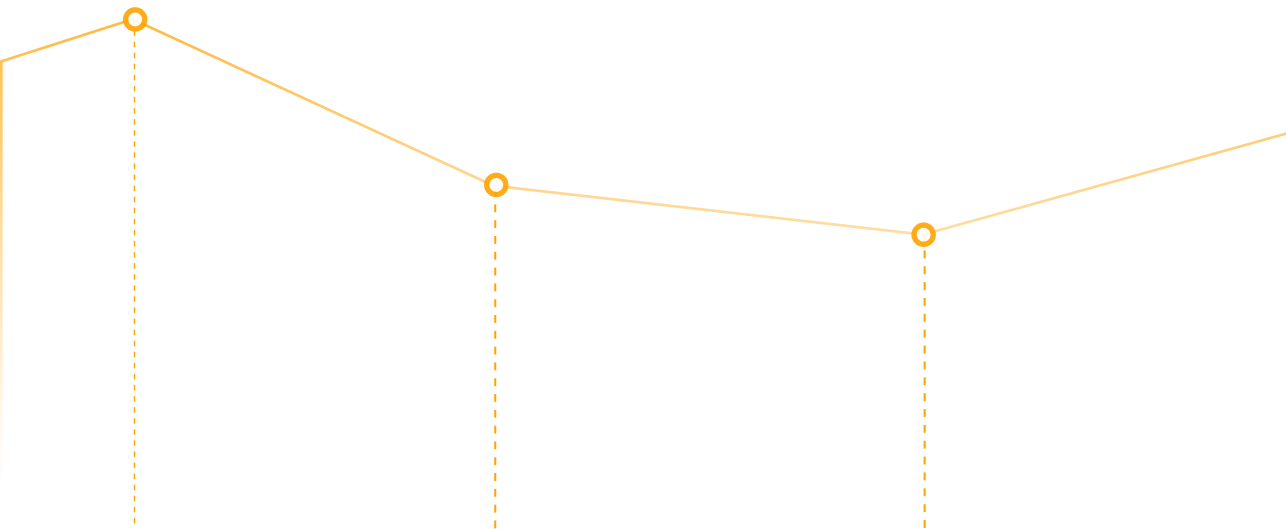
Partiendo de lo anterior, a manera de recomendación, es de vital importancia que las investigaciones sean también socializadas con la comunidad, pues esto generaría un reconocimiento por parte de la comunidad respecto a lo que está haciendo la academia para contribuir con el desarrollo común. Así, se promovería la defensa y cuidado del patrimonio material e inmaterial que, a pesar de estar presentes, por espacios de desconocimiento y falta de sentido de pertenencia cultural se va perdiendo.

Para Colombia la identidad cultural, tanto de costumbres como de gastronomía, aún es un reto que se debe potencializar. El apoyo de grandes entidades como Procolombia, el Buró de Eventos y Corferias generan esfuerzos por vender una experiencia en el exterior como un destino atractivo, no solo por sus recursos, sino desde su patrimonio cultural. Sin embargo, es imperativo que estas organizaciones generen enlaces con los acuerdos de integración regional con los que cuenta Colombia para maximizar los beneficios del sector, tomando como referencia el impacto que cada acuerdo en el turismo desde sus posibles oportunidades para el desarrollo del país.

Referencias

- Ascanio, A. (2012). *Economía del turismo*. Bogotá. Ediciones de la U.
- Ascanio, A. (2007). La globalización del turismo y la concentración de su riqueza. *Revista Gestión turística*, (7), 91-102. Universidad de Chile. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223314980006.pdf>
- Alianza del Pacífico. (2016). *Abecé alianza del pacífico*. Recuperado de: <https://alianzapacifico.net>.
- Beltrán, L., & Ferrer, H. (2016). Alianza Pacífico, una perspectiva geopolítica y económica. *Dimensión Empresarial*, 14(1), 79-94.
- Catalano, B. (2013). Perspectivas sobre el turismo en la comunidad andina. *Revista de estudios regionales y mercado de trabajo*, (9), 205-223.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (2004). *La integración centroamericana: beneficios y costos*. Documento síntesis. El Salvador: CEPAL SICA.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (1993). *El turismo. Teoría y práctica*. Madrid: Editorial Síntesis.

- Clúster Bogotá Turismo de Negocios y Eventos. (2019). Colombia Destino Tendencia 2020. Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2019/Diciembre-2019/Colombia-destino-tendencia-en-2020>
- Departamento Nacional de Planeación, DNP. (2019). Turismo: el propósito que nos une. Página oficial DNP. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pilares-del-PND/Emprendimiento/Turismo-el-proposito-que-nos-une.aspx>
- El Tiempo. (2019). Colombia, destino tendencia en 2020. El Tiempo. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/cifras-del-turismo-consolidan-tendencia-optimista-para-el-2020-442888>
- Fairlie, A. (1998). ¿Cómo va la integración Andina? THEMIS Revista de Derecho, (42), 67-79.
- Gascón, J., Morales, S., & Treserras, J. (2013). Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Hernández-Ramírez, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 9(2), 225-236.
- Hosteltur. (2019). Integración turística regional como prioridad de los ministros del Mercosur. Hosteltur: https://www.hosteltur.com/lat/128390_integracion-turistica-regional-como-prioridad-de-los-ministros-del-Mercosur.html.
- Mercosur. (1994). Tratado de Asunción para la Constitución de un Mercado Común. Recuperado de: <https://www.Mercosur.int/quienes-somos/objetivos-del-Mercosur/>
- MinCIT. (2019). Centro de Información Turística de Colombia. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2019/noviembre/oe-turismo-enero-noviembre-21-01-2020.pdf.aspx>. MINCIT - CITUR.
- Ministerio de asuntos y relaciones exteriores de la Unión Europea. (2019). Procesos de integración regional.
- Moncayo, H. (2012). Unasur: opciones de participación de la sociedad civil. Bogotá: ILSA.
- Montijano, R., Pérez, E., Martínez, J., & Pérez, A. (2014). Introducción a la economía para turismo. Madrid, España: Pearson.
- OMT. (2011). Los expertos hablarán del papel del turismo en la integración regional y la inclusión social en las Américas. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2011-11-23/los-expertos-hablaran-del-papel-del-turismo-en-la-integracion-regional-y-la>





- OMT. (2018). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. OMT. Recuperado de: https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/INVESTIGACION_INTERNACIONAL_DE_MERCADOS_PARA_LA_REGION_DE_AMERICA.PDF
- OMT. (2018). Turismo, Comercio y la OMC: Comunicado conjunto de la OMT, la OMC, el ITC y el WTTC. OMT. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-10-08/turismo-comercio-y-la-omc-comunicado-conjunto-de-la-omt-la-omc-el-itc-y-el>
- OMT. (2019). Las exportaciones generadas por el turismo internacional alcanzan los 1,7 billones de dólares de los EE. UU. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/global/press-release/2019-06-06/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-alcanzan-los-17-bi>
- Pérez, J. (2010). Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América - Tratado de. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Portafolio. (2018). En una década el turismo crearía 230.000 empleos. Diario Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/en-una-decada-el-turismo-crearia-230-000-empleos-515803>
- Ruvalcaba, D. (2018). La política exterior de las potencias latinoamericanas hacia la Caricom: los casos de Brasil, México, Colombia, Venezuela y Cuba. Colombia Internacional, (96), 87-114. <https://doi.org/10.7440/colombiaint96.2018.04>.
- Travel 2 Latam. (2019). El mercado turístico crece más en América Latina que en América del Norte. Revista digital Travel 2 Latam. Recuperado de: <https://aerolatinnews.com/turismo/el-mercado-turistico-crece-mas-en-america-latina-que-en-america-del-norte/>
- Uribe, S, & Gaitán, L. (2013). Impacto de la inversión extranjera directa en el sector hotelero colombiano. AD-minister, (22), 83-94.
- Vadell, J. (2018). El Foro China-CELAC y el nuevo regionalismo para un mundo multipolar: desafíos para la Cooperación 'Sur-Sur'. Carta Internacional, 13(1). <https://doi.org/10.21530/ci.v13n1.2018.733>

