

Institucionalización del turismo internacional en la zona cafetera del departamento de Quindío, Colombia (2000–2010): aspectos político–económicos, actores centrales y mercado laboral

Institucionalização do turismo internacional na zona cafeeira do estado de Quindío, Colômbia (2000–2010): aspectos político–econômicos, agentes centrais e mercado laboral

The Institutionalization of International Tourism in the Coffee-growing region of the Department of Quindío, Colombia (2000–2010): Political–Economic Aspects, Main Actors, and Labor Market

Jeffer Chaparro Mendivelso*

Universidad Nacional de Colombia, Bogotá

Daniel Santana Rivas**

Universidad Nacional de Colombia, Bogotá

Resumen

La zona cafetera del departamento de Quindío es un área en la que el turismo internacional empieza a emerger como actividad económica de impactos regionales. El propósito del artículo es ofrecer una visión detallada de la organización del mercado turístico durante los últimos diez años. En primer lugar, se analiza el marco normativo sobre el turismo internacional en Colombia y en el Quindío; luego, se mencionan los actores del turismo internacional en la zona de estudio y las relaciones que los articulan para, finalmente, establecer sus impactos en el mercado laboral regional y local.

Palabras clave: actores laborales, institucionalización, mercado laboral, Quindío, turismo internacional, zona cafetera.

Resumo

A zona cafeeira do estado de Quindío é uma área na qual o turismo internacional começa a emerger como atividade econômica de impactos regionais. O propósito do artigo é oferecer uma visão detalhada da organização do mercado turístico durante os últimos dez anos. Em primeiro lugar, se analisa a normatividade sobre o turismo internacional na Colômbia e no Quindío; logo, são mencionados os agentes do turismo internacional na zona de estudo e as relações que os articulam para, finalmente, estabelecer seus impactos no mercado laboral regional e local.

Palabras-chave: agentes laborais, institucionalização, mercado laboral, Quindío, turismo internacional, zona cafeeira.

Abstract

The coffee-growing region of the Department of Quindío is an area in which international tourism is emerging as an economic activity with regional impact. The objective of this article is to provide a detailed view of the organization of the tourism market over the last decade. In the first place, it analyzes the legal framework for international tourism in Colombia and Quindío; then, it examines the international tourism actors in the region studied and the relationships among them; and, finally, it determines their impacts on the regional and local labor markets.

Keywords: coffee-growing region, institutionalization, international tourism, labor actors, labor market, Quindío.

RECIBIDO: 9 DE FEBRERO DEL 2011. APROBADO: 3 DE MAYO DEL 2011.

Artículo de investigación sobre el turismo internacional como impacto regional en la zona cafetera en el departamento del Quindío.

* Dirección postal: Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, Departamento de Geografía, edificio 212, of.135.
Correo electrónico: jchaparro@bt.unal.edu.co

** Dirección postal: Calle 65S No.97C-50 Bogotá.
Correo electrónico: ldsantanar@gmail.com

Introducción

El sector turístico colombiano ha experimentado recientemente un crecimiento considerable¹. En el año 2000 se registraron cerca de 557.000 turistas internacionales, mientras que en 2009 la cifra ascendió a 1.353.700 (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICT) 2009). El crecimiento de la llegada de extranjeros en cifras es un fenómeno que ha ocurrido simultáneamente a la implementación de políticas económicas sectoriales encaminadas a la promoción de Colombia como destino turístico internacional. La reestructuración del mercado turístico en el actual contexto ha sido únicamente estudiada desde la perspectiva de la administración de empresas (Kellman y Fernández 1986; Meyer 2004; Schwarz 2008). Es por ello que existe la necesidad de analizar dicha reestructuración y sus implicaciones territoriales.

1 El texto que se presenta aquí forma parte una investigación más amplia, titulada "Institucionalización del sector turístico internacional en Colombia", la cual fue financiada por la Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá, código Quipu 201010012708. El director del proyecto fue el profesor Jeffer Chaparro Mendivelso; el codirector, el profesor Michael Handke de la Universidad de Hildelberg, Alemania; y el auxiliar de investigación, el estudiante Daniel Santana. Durante el trabajo de campo correspondiente, realizado durante el mes de marzo de 2010, fue de vital importancia la colaboración de la estudiante alemana Juliane Böhme. Es pertinente comentar que el director inicial del proyecto fue el profesor Guido Schwarz, quien decidió ceder la dirección del mismo. Expresamos nuestra gratitud a la Universidad Nacional de Colombia por la financiación del proyecto de investigación.

El propósito del artículo es analizar el grado de formalización e institucionalización del mercado turístico internacional en la zona cafetera del departamento de Quindío², un destino del turismo internacional emergente, asociado a la imagen cafetera de Colombia. También se propone establecer cómo se ha transformado, durante la primera década del siglo XXI, con énfasis en los últimos 5 años (2005-2010), para adaptarse al aumento de la demanda turística internacional. Por ello, resulta fundamental: 1) identificar los actores del mercado turístico internacional —empresas de alojamiento, agencias de viaje, agremiaciones, organizaciones gubernamentales nacionales, departamentales y municipales—; 2) establecer el contexto económico, político y legal en el cual se desenvuelven los actores mencionados; 3) diferenciar qué tipo de relaciones se establecen entre los actores, y 4) evidenciar los efectos de la formalización en el mercado laboral local y regional. Estos aspectos definen la estructura del artículo.

Ya que la política sectorial del turismo está orientada hacia el desarrollo de la actividad turística internacional en Colombia, se hará énfasis en este tipo de turismo. No obstante, es necesario reconocer que el mercado del turismo nacional está ligado en gran medida al turismo internacional.

En términos metodológicos, se siguió un enfoque mixto (Herández, Fernández y Baptista 2010).

2 La zona en mención se restringe a los municipios de Salento, Quimbaya, Montenegro, Circasia, La Tebaida, Calarcá y Armenia, ya que son los municipios que concentran la actividad turística en Quindío en conjunción con actividades cafeteras.

Esto quiere decir que se utilizaron instrumentos de recolección de información cualitativa y cuantitativa. Para la identificación de los actores y sus interrelaciones, se realizó un ejercicio que tiene en cuenta los diversos ámbitos territoriales en los que se localizan y actúan. Se elaboró, en primera instancia, una base de datos de las organizaciones y empresas del sector turístico en los municipios de Armenia, Calarcá, Circasia, Montenegro, Quimbaya y Salento, que se contrastó con el marco político económico del turismo internacional a nivel nacional —Ley General del Turismo y planes sectoriales— y local —Plan sectorial local—.

Las relaciones entre los actores del mercado turístico en el área de estudio se identificaron a partir de entrevistas a profundidad estructuradas, realizadas a algunos representantes de las principales organizaciones del sector turístico internacional: agencias de viajes; empresas de alojamiento; el Parque Nacional del Café; Panaca; la Secretaría de Turismo de Quindío; la Cámara de Comercio de Armenia; Acodrés, y la Secretaría de Turismo de Salento. Tras haber detectado las características de las relaciones, se elaboró un cuestionario que se difundió por Internet, a modo de test, a todos los actores involucrados en el mercado turístico regional. Se enviaron encuestas en formato digital a través de correo electrónico a 712 actores del turismo en Cartagena de Indias y la zona cafetera del Quindío, discriminadas en 610 hoteles, 87 agencias de viajes y 15 organizaciones gubernamentales y gremios. De las cifras anteriores, se obtuvo una tasa total de respuesta global del orden del 0,8% y de 0,6% para las organizaciones del Quindío; los

actores del turismo quindianos presentaron el 55% de los que contestaron la encuesta³.

A partir de estos instrumentos cuantitativos y cualitativos, y de la información secundaria, se elaboró la caracterización de la formalización del sector turístico internacional en la zona cafetera de Quindío, que ofrece la posibilidad de plantear un diagnóstico de la institucionalización del turismo internacional.

Turismo, instituciones y reestructuración territorial: algunos aspectos teóricos

El turismo es una actividad económica que ha tomado impulso desde la posguerra, con mayor intensidad en las dos últimas décadas. Se basa en la comercialización de alteridad cultural y territorial. Factores como la tercerización económica, la revolución informática y la mejora de los transportes han permitido una mayor internacionalización del turismo. Es una actividad sumamente ligada al espacio, al territorio y al paisaje, ya que consiste precisamente en visitar un lugar para cumplir con diferentes fines ligados al ocio. Por esto, no es de extrañar que haya surgido la geografía del turismo como campo de especialización en la geografía humana (Hall y Lew 2009).

Existe un debate en el que los geógrafos dedicados al turismo mencionan que la geografía económica ha pasado por alto la actividad turística, sus impactos territoriales

³ La encuesta en línea se aplicó también a los actores del turismo internacional en Cartagena de Indias, puesto que la investigación que aquí se reporta forma parte de un proceso de pesquisa más amplio.

y sus nexos con el proceso de globalización contemporáneo (Judd 2006). Pero si se hace un examen a las contribuciones de la geografía del turismo como subdisciplina es posible decir que, aunque existe gran variedad de temas de estudio, que van desde el análisis de los flujos de turistas a nivel internacional, hasta el análisis de los imaginarios espaciales y su relación con el *marketing* turístico (Gibson 2008), hay una reiterada ausencia de marcos teóricos apropiados para abordar el fenómeno desde la institucionalización. Es por ello que, en esta investigación, se utilizaron algunas categorías de la economía institucional —un enfoque bastante trabajado en la geografía económica contemporánea— que son claves para entender la permanencia y transformación de sectores económicos como el turismo (Schwarz 2008) y evidenciar cómo las normas se plasman y reintroducen cambios en el territorio.

Cambio económico, instituciones y organizaciones

Es pertinente definir ciertos términos básicos del enfoque institucional. Las instituciones son las reglas de juego que reducen la incertidumbre en los diferentes actores económicos (North 2006), y pueden ser tanto formales como informales. Las primeras pueden ser normas o leyes. Dentro de las segundas estarían los acuerdos —que pueden ser explícitos o tácitos— y los códigos de conducta. El propósito final de las instituciones es definir cómo se desarrollará la economía —es decir, las reglas de juego (North 2006)—, la cual limita o permite actuar a las organizaciones —las empresas, los sindicatos

y los entes gubernamentales, por ejemplo—. Las organizaciones suelen asumirse como actores que inciden en las redes de relaciones y en el ejercicio del poder.

Las organizaciones son creadas y adoptan estrategias basadas en las características de las instituciones. Aunque pueden ser beneficiadas o afectadas por las instituciones, las mismas organizaciones pueden incidir en su transformación. Las interacciones entre organizaciones e instituciones siguen las siguientes etapas: 1) relación simbólica y factual entre instituciones y organizaciones, y 2) retroalimentación que funciona como reacción a las instituciones (North 2006, 19).

Por lo general, un ciclo de cambio institucional 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 (North 2006, 114). El cambio institucional ocurre, por lo general, cuando existen modificaciones en los precios relativos, lo que induce cambios económicos y/o políticos; estos procesos se dan bajo lógicas de retroacción en doble vía.

Se debe precisar que las instituciones formales e informales no parecen cambiar al mismo ritmo. En las instituciones formales, las normas y las leyes suelen ser más estables y jerarquizadas, y, por ende, más difíciles de transformar. En cambio, las instituciones informales se pueden transformar rápidamente —aunque ello depende del caso particular y del contexto específico—, y suelen estar ligadas a prácticas culturales tradicionales que pueden ser de mediana o larga duración.

En términos geográficos, lo anterior se traduce en una densidad

institucional diferencial en la que ciertos territorios están dotados de más normas y leyes que otros, y en la existencia de prácticas, acuerdos o códigos de conducta, de diversas tipologías, que varían sustancialmente. Esto nos lleva a discutir sobre la densidad institucional del turismo propia de los países que no están a la vanguardia económica y productiva.

Condiciones institucionales en los destinos turísticos periféricos

Stuart, Pearce y Weaver (2005) ofrecen una perspectiva sobre las condiciones tanto de la instituciones ligadas al turismo, como de las condiciones propias de los destinos turísticos de la periferia —según esa lógica, son países no centrales, es decir, que no pertenecen a Europa Occidental, Norteamérica o Japón—. Los autores explican que los marcos institucionales en los destinos turísticos de la periferia poseen más libertades y menos restricciones. Esto genera el predominio de instituciones informales sobre las formales.

Las condiciones territoriales ligadas a esta particularidad institucional son (Stuart, Pearce y Weaver 2005, 236):

- Problemas de accesibilidad y distancia a los mercados.
- Pocas alternativas de desarrollo y poco capital endógeno.
- Predominio de pequeñas y medianas empresas.
- Limitada presencia de infraestructura.
- Turismo basado en los atractivos naturales —playas, montañas, campo— o en culturas distintivas.
- Gran estacionalidad o temporalidad de la demanda.

Por lo mencionado anteriormente, es posible realizar aproximaciones desde la perspectiva de la institucionalización del turismo internacional en Colombia y, en particular, en el Quindío. Es una buena forma de confrontar las categorías teóricas de la economía institucional y evidenciar su expresión territorial.

El marco político-económico colombiano y su influencia en la formalización del turismo internacional en la zona cafetera del departamento de Quindío

El análisis del marco político-económico parte de la descripción de los aspectos normativos asociados con la política nacional sobre turismo y el contexto en el que se construyó la misma. En este apartado se referencian los elementos básicos de la normatividad del turismo en Colombia; luego, se aborda la política económica relacionada con el turismo internacional para, posteriormente, analizar la política turística del Quindío; al final, se evalúa de forma crítica y breve la política económica colombiana ligada a este segmento productivo.

El marco normativo del turismo en Colombia

La definición del marco normativo para el turismo en Colombia se produjo solo hasta 1996⁴, con la aprobación de la Ley General de Turismo. Esta ley reemplazó a una serie de decretos que reglamentaban parcialmente ciertos aspectos

4 Fue modificada parcialmente por la Ley 1101 de 2006, solo para incluir una reforma al tema parafiscal y de esta manera aumentar los recaudos.

de la actividad turística, esencialmente doméstica, para dar coherencia y reglamentar la acción de los diferentes actores del mercado turístico.

La Ley 300 de 1996 — Ley General de Turismo (Congreso de la República 1996)— surge en el contexto de la apertura económica de la década de 1990, promoviendo el papel del Estado —en concreto del antiguo Ministerio de Desarrollo Económico— como un árbitro supuestamente “imparcial”, que establece reglas de juego a los prestadores de servicios turísticos y vela por una sana y conveniente competencia entre los distintos mercados turísticos departamentales. Los actores del mercado turístico son clasificados en públicos, mixtos y privados. Dentro de los primeros, se encuentran el actual Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y los entes territoriales; los actores mixtos son organismos como el Consejo Superior de Turismo, el Consejo de Facilitación Turística y el Comité de Capacitación Turística; y los actores privados son las empresas que ofrecen servicios turísticos y las agremiaciones que las aglutinan.

El marco normativo establece que, aparte de la misma Ley 300, la política económica del turismo se diseñará y expresará en un Plan Sectorial del Turismo de nivel nacional, concordante al Plan Nacional de Desarrollo. La ley asume que las diferentes entidades territoriales —Departamentos, Municipios, Distritos— pueden generar su propio plan sectorial turístico mientras que no entre en conflicto con el plan nacional. Los sectores turísticos a desarrollar, según la ley mencionada, son: el ecoturismo, el etnoturismo, el agroturismo y el turismo metropolitano. Es de resaltar

que el primero es el único en el que se menciona la capacidad de carga turística y la necesidad de coordinación con las Corporaciones Autónomas Regionales.

La Ley 300 plantea asuntos territoriales a tener en cuenta, ya que, además de la pretensión descentralizadora de los planes sectoriales, en ella se reglamentan características territoriales para la especialización en turismo. La normativa para ser zona franca turística, para la declaratoria de bienes de interés turístico y la figura de los Círculos Metropolitanos Turísticos, que pretende integrar a los municipios mediante la cooperación y asociación para una mejor prestación de servicios turísticos, son claros ejemplos (Congreso de la República 1996, 40).

El turismo internacional en la política económica colombiana

La Ley General de Turismo no establece diferencias normativas entre el turismo nacional y el internacional, tan solo propone desarrollar ambos sectores. Únicamente hace referencia al turismo internacional cuando se menciona que la promoción de la oferta para atraer turistas internacionales debe hacerse a través del Ministerio de Desarrollo Económico —actualmente el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo— y Proexport, y que a los turistas internacionales se les debe devolver el 50% del impuesto de valor agregado (IVA) en sus compras⁵ para que gasten en mayor cuantía.

5 Otra medida que reglamenta el turismo internacional es el Decreto 2107 de 2001, en el que se menciona que a los turistas se les concederá visa temporal para estar en el país durante 45 o 180 días. Únicamente necesitan visa para turismo los nacionales de

El turismo internacional empieza a figurar como un sector económico a desarrollar en el Plan Sectorial de Turismo 2008-2010, “Colombia, destino turístico de clase mundial”⁶ (MICT 2008). En el documento se reconoce que los esfuerzos en materia de turismo habían estado centrados, en años anteriores, en la recuperación del turismo nacional mediante el mejoramiento de la seguridad. No obstante, se plantea que el mejoramiento de la seguridad doméstica, la reactivación del turismo interno y la creciente llegada de extranjeros a Colombia, sumado al crecimiento del turismo internacional o receptivo en el mundo, se erige en una gran oportunidad para ingresar al mercado mundial del turismo.

El plan reconoce que Colombia se encontraba en la posición n.º 72 de entre 124 países en un ranking de competitividad turística, elaborado por el Foro Económico Mundial en 2006 (MICT 2008, 21), y por eso plantea una estrategia orientada al año 2015 para que el país sea totalmente competitivo. Con el fin de lograrlo, se pretende adecuar la oferta turística destinada al turismo internacional y la promoción de la imagen de Colombia como destino turístico en el exterior. Las tres estrategias que sustentan dichos objetivos son: 1) atraer turistas internacionales con una capacidad de

países africanos, árabes, de algunos países de Europa del Este, de Asia central y de dos países latinoamericanos: Cuba y Nicaragua (Ministerio de Relaciones Exteriores 2010).

6 En otros documentos, como el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 “Estado comunitario: desarrollo para todos” (DNP 2006) y el Conpes 3397 (DNP 2005), el turismo internacional es una actividad económica por desarrollar.

gasto grande; 2) posicionar al país como un oferente de diversos tipos de turismo; y 3) especializar los destinos turísticos (MICT 2008, 28). Esto último está relacionado con el origen de los turistas internacionales que busca Colombia, ya que no existe la necesidad de solicitar una visa de turismo a los nacionales de países de Europa Occidental, Norteamérica y Latinoamérica —exceptuando Cuba y Nicaragua—, mientras que a los colombianos sí se les exige visa de turismo tanto en Europa como Estados Unidos y Canadá, lo cual denota relaciones asimétricas e inequitativas para los colombianos, auspiciadas por el mismo Estado colombiano.

En el documento se menciona que la especialización a la que apunta Colombia pasa por el desarrollo del turismo de sol y playa, el turismo cultural, el agroturismo, el turismo de deporte y aventura, el turismo metropolitano relacionado con el turismo de negocios, el turismo de salud, además del crucerismo (o turismo de cruceros) y el turismo de parques temáticos. Esto, sin duda, ha tenido y tendrá impactos diferenciales en la política económica regional y local, y en las geografías del turismo resultantes.

La política turística en el departamento de Quindío

En el Quindío se ha asumido que el turismo es una actividad económica de importancia para el departamento desde el año 1999 con la elaboración del primer Plan de Desarrollo Turístico departamental (Gobernación del Quindío 1999). No hay referencias a qué tipo de turismo se desea, si el nacional, el internacional o ambos, pero se llega a la conclusión de la existencia de un consenso

favorable para el desarrollo de la actividad turística, de la existencia de una buena imagen de la cultura cafetera y la presencia de emprendedores turísticos. También se reconocía, en ese momento, que la inseguridad era un factor que impedía atraer turistas extranjeros, además del desconocimiento de la legislación sobre turismo y la informalidad de algunos hospedajes rurales.

En el Plan de Desarrollo del Quindío (Gobernación del Quindío 2008) se mencionan los logros y necesidades del sector turístico, pero tampoco se hace ninguna distinción entre el fomento del turismo nacional o internacional. Se reconoce que el Quindío, de forma espontánea, se ha convertido en el principal destino de turismo rural en Colombia. Debido a esto, se ha avanzado en el mejoramiento de la oferta, mediante la conformación del Club de Haciendas del Café, la expedición de una norma para reglamentar el hospedaje rural y la creación de nuevos programas educativos especializados en turismo.

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 (Alcaldía de Circasia 2008; Alcaldía de La Tebaida 2000; Alcaldía de Montenegro 2008; Alcaldía de Quimbaya 2000), pero es Salento el único que menciona algunas estrategias para ello (Alcaldía de Salento 2008).

¿Es posible referirse a una política económica para el turismo internacional?

A nivel nacional y local, el fomento del turismo internacional se

hace con una fe desmedida en sus externalidades positivas sin reparar ni prever, en absoluto, las posibles externalidades negativas, por lo que solo se tiene en cuenta como una actividad que genera empleo y contribuye a diversificar las economías regionales.

Las diversas externalidades negativas que genera el turismo internacional parecen ser invisibles para la normativa sectorial y para los entes gubernamentales nacionales, regionales y locales. Algunas de esas externalidades ya han sido detectadas y documentadas por diversas fuentes. La proliferación del turismo sexual en el que están involucrados menores de edad en Cartagena (Séptimo Día 2009a y 2009b), la intensificación del trabajo infantil en el municipio de Montenegro (Quindío), y su correlación con otras actividades ilegales como el narcotráfico, son ejemplos documentados. Además, existen otros tipos de actividad turística, como el narcoturismo en sectores urbanos o en la Sierra Nevada de Santa Marta (Guzmán 2010) y la ruta de Pablo Escobar, que no son visibles para el marco político-económico del turismo en Colombia. A lo anterior habría que sumar los problemas ambientales derivados de las actividades turísticas, como el asunto de las basuras, y la presión y el cambio del valor del suelo en áreas de especulación inmobiliaria (Chaparro y Santana 2010a y 2010b).

Una política económica está incompleta si no valora tanto los beneficios como los costos de una actividad económica, en este caso del turismo internacional. Además de ponderar estos aspectos, debería también incorporar instrumentos normativos para solucionar los

conflictos generados⁷, incluyendo normas fuertes para castigar efectivamente a los turistas extranjeros que infrinjan la ley. Es por ello que en Colombia no existe una política seria e integral del turismo. De ahí que sea posible, a la par de la dinamización económica, esperar cambios sociales y territoriales adversos e inadecuados asociados al crecimiento y la difusión espacial del turismo internacional sin regulación normativa clara.

Los actores del turismo internacional con incidencia en la zona cafetera del Quindío

Los actores del turismo internacional fueron detectados mediante búsqueda documental, principalmente en textos normativos, y a partir de entrevistas a profundidad realizadas en los municipios que conforman la zona cafetera del departamento del Quindío. Ello permitió diferenciar los actores por su ámbito territorial de incidencia principal —local, regional, nacional, internacional— y su carácter —público, privado o mixto— (tabla 1).

A nivel local público, se destacan las alcaldías municipales a través de las Secretarías de Planeación y las Secretarías de Turismo; por lo general, las últimas no están formalizadas dentro de los organigramas municipales. Estas entidades tienen como objetivo promover la normativa turística expresada en

7 La normativa nacional, regional y local solo menciona algunas medidas dirigidas a evitar impactos ambientales derivados del ecoturismo. Otros efectos negativos de la actividad turística son desconocidos o pasados por alto.

Tabla 1. Actores centrales del turismo internacional en Quindío.

Actores	Ámbitos Territoriales de Incidencia			
	Local (municipal)	Regional (departamental)	Nacional	Internacional
Públicos	Alcaldía de Salento Alcaldía de Montenegro Alcaldía de Circasia Alcaldía de Calarcá Alcaldía de Armenia Alcaldía de La Tebaida Alcaldía de Quimbaya Policía local Colegios	Gobernación del Quindío (oficina de turismo) Ejército (Batallones) Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena) Universidad del Quindío	Ministerio de Industria, Comercio y Turismo Ejército Nacional	Ministerios de turismo de otros países
Privados	Empresas de alojamiento y hospedaje Agencias de viaje Comerciantes legalizados Parques Temáticos Prestadores de otros servicios turístico Guías turísticos Actores informales no organizados Universidades Establecimientos educativos técnicos Colegios	Cámara de Comercio de Armenia Cotelco Capítulo Quindío Acodrés Capítulo Quindío Club de calidad de Haciendas del Quindío	Agencias de viaje mayoristas Asociación colombiana de agencias de viaje y turismo (Anato) Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco)	Cadenas hoteleras transnacionales Agencias de viaje transnacionales
Mixtos	No hay presencia	Fondo Mixto de Promoción del Quindío	Proexport	Organización Mundial del Turismo (OMT, UNWTO)

Fuente: elaboración propia.

los Planes de Desarrollo Municipal y en los Planes de Ordenamiento Territorial. Existen casos especiales donde estas organizaciones públicas deben actuar directamente sobre el mercado turístico, sea nacional o internacional, como el caso del programa de la Alcaldía de Montenegro para intentar solucionar el conflicto del trabajo infantil (Alcaldía de Montenegro 2010). Además, la policía es un actor municipal central, debido a que la seguridad es clave para los actores del turismo internacional en Quindío. Sin ser la generalidad, en algunos municipios los colegios poseen programas ligados al turismo.

En esta misma escala, en el plano privado se encuentran las empresas de alojamiento y hospedaje;

las agencias de viaje, que son en mayor medida agencias operadoras en los municipios turísticos; los parques temáticos —en Quimbaya y Montenegro—, y otros prestadores de servicios turísticos, como los transportadores y operadores de deportes extremos. Desde luego, en cada una de esas actividades hay organizaciones informales que participan del mercado turístico. También se encuentran universidades⁸, establecimientos educativos técnicos y colegios que tienen algún énfasis o programa relacionado al turismo.

Una situación que vale la pena destacar consiste en la ausencia

⁸ Como la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío (EAM).

de actores mixtos a escala local, es decir municipal, lo cual puede explicarse porque el departamento es pequeño y los municipios no poseen gran cantidad de población. No obstante, existe el Fondo Mixto de Promoción del Quindío, una organización mixta departamental que asume las funciones en el plano regional y trasciende al local.

A nivel regional público, se encuentra la Secretaría de Turismo y Cultura de la Gobernación del Quindío, encargada de fomentar el desarrollo del turismo internacional a través de planes estratégicos concertados con los prestadores de servicios turísticos reunidos en gremios como Acodrés, Cotelco y el Club de Calidad de Haciendas del Café. Estos últimos son actores

privados relevantes e influyentes en la zona⁹. Además, en esta escala regional se encuentran otros actores públicos significativos, como la Universidad del Quindío y el SENA, con sus programas de formación académica en turismo, y los batallones del ejército con presencia en el departamento.

Dentro de las organizaciones regionales privadas se puede mencionar el papel estratégico de la Cámara de Comercio de Armenia, que incide tanto en las estrategias adoptadas por la Secretaría de Turismo y Cultura, como en las adoptadas por los prestadores de servicios turísticos en los municipios del departamento, a través de sus programas de investigación económica en el sector turístico. Su ámbito de acción, más que ser local, como podría suponerse a priori, es departamental. Otras organizaciones como los gremios del sector gastronómico —Acodrés¹⁰—, hotelero —Cotelco¹¹— y de las fincas cafeteras convertidas en hoteles —Club de Calidad de Haciendas del Café¹²— agrupan a los prestadores de servicios turísticos formales¹³. Todos los actores del turismo internacional en

Quindío que tienen incidencia regional se localizan en Armenia, el centro de comando de la actividad turística. En cuanto al nivel regional mixto, se destaca fundamentalmente, como ya se mencionó, el Fondo Mixto de Promoción del Quindío.

A nivel nacional, el actor público principal que fomenta el turismo internacional en diferentes destinos o *clusters* —que se asumen como sinónimos en los documentos oficiales— es el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICT 2010). No obstante, la promoción de Colombia como destino turístico se hace en el exterior a través de Proexport (Proexport, 2010), una organización mixta. Los actores privados están constituidos por las agencias de viaje mayoristas, la Asociación colombiana de agencias de viaje y turismo (Anato), la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) y la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco).

A nivel internacional la Organización Mundial del Turismo y las cadenas transnacionales de agencias de viajes y hoteles —dentro de ésta última, está la cadena Decameron, con hotel dentro de Panaca, en Quimbaya— mantienen relaciones muy selectivas. La primera, con el MICT, y las demás, con algunos prestadores de servicios turísticos de nivel local.

Estos actores no existen independientemente, por eso es adecuado, después de haberlos mencionado y descrito sucintamente, analizar cómo se relacionan para incidir en la institucionalización del mercado turístico internacional en Quindío.

Relaciones entre los actores que inciden en la formalización del turismo internacional en la zona cafetera del departamento del Quindío

Por su naturaleza —pública, privada, mixta— y por el ámbito territorial de incidencia —local, regional, nacional, internacional— los actores vinculados al turismo internacional en la zona cafetera del departamento de Quindío se relacionan de manera diferencial. Ello influye de manera distinta en las trayectorias particulares del fenómeno.

A partir de la matriz multiescalar y multiactoral (vease tabla 1) es posible inferir que las relaciones tienen diferentes características e intensidades, las cuales han sido interpretadas en la investigación, desde las lógicas ligadas a la cooperación, la competencia y la dependencia. Estas relaciones, de forma conjunta, definen relaciones de poder, aspecto muy relevante para el desempeño económico y para la institucionalización del turismo internacional (North 2006).

En este apartado, se abordan las relaciones predominantes al interior de cada grupo de actores, para luego tratar los vínculos específicos entre cada conjunto a partir de su naturaleza —públicos-privados, públicos-mixtos y privados-mixtos— y su ámbito territorial de incidencia. El apartado finaliza con el análisis de los principales cambios en las relaciones identificadas durante los últimos 5 años, es decir, entre 2005 y 2010.

Es adecuado comentar que este apartado es producto de las entrevistas realizadas directamente en campo durante el mes de marzo

9 Es necesario aclarar que no necesariamente el ámbito departamental en Colombia debe asumirse como escala regional. No obstante, para el caso de estudio es posible hacer esa asociación, ya que la división político administrativa define y cataliza parte de las funcionalidades de los municipios, de tal forma que ello incide en la formación de una especie de región funcional.

10 Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica.

11 Asociación Hotelera de Colombia.

12 Club de Calidad de Haciendas del Café.

13 Existen otros actores de cierta relevancia, como Comfenalco Quindío.

de 2010, lo cual define una perspectiva eminentemente cualitativa¹⁴. Dentro de la planeación de la investigación, se había planteado caracterizar y profundizar en las relaciones mediante el uso de una encuesta en línea —como se comentó en la introducción—, pero ésta no fue respondida por la gran mayoría de los actores a los que se les invitó a participar. La encuesta pudo haber arrojado información cuantitativa valiosa. Este aspecto, que denota problemas en cuanto a la cultura de la información, es a la vez un indicador de los problemas de institucionalización del turismo internacional en la zona de estudio.

Entre los aspectos más destacables, se puede mencionar la idea generalizada, comentada y expuesta por la mayoría de los actores entrevistados, en cuanto a que hace falta estrechar los vínculos entre varias de las organizaciones que inciden en la formalización del turismo internacional. En contraposición, los entrevistados sugieren que se encuentran vínculos más sólidos o fuertes con las fuerzas armadas, es decir la policía y el ejército, desde la perspectiva de la seguridad.

Relaciones predominantes al interior de cada tipo de actor

14 Las entrevistas a profundidad fueron realizadas a dos hoteles —Las Camelias, en Montenegro, y Póporo Quimbaya, en Quimbaya—; a dos asociaciones —Asoatur, ligada al alojamiento turístico, y a Acodrés, relacionada al gremio de la gastronomía—, a la Secretaría de Turismo y Cultura de Armenia, a la Cámara de Comercio de Armenia, a una agencia de viajes —Aqua de Salento—, a dos parques temáticos —Parque Nacional del Café y Panaca— y a una finca-hotel —Alto del Coronel, en Salento—.

Tabla 2. Relaciones predominantes en el interior de cada tipo de actor.

Actores	Ámbitos territoriales de incidencia			
	Local	Regional	Nacional	Internacional
Públicos	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
Privados	Competencia	Competencia	Competencia	Competencia
Mixtos	No aplica	Cooperación	Cooperación	Cooperación

Fuente: elaboración propia.

Sin perder de vista la diversidad intrínseca al interior de cada tipo de actor, es posible señalar que la generalidad en cuanto a las relaciones es la siguiente: entre los actores públicos, los vínculos tienden a estar marcados por la cooperación y la dependencia; para los privados, la lógica gira en torno a la competencia; y al interior de los mixtos, predomina la cooperación (tabla 2). Ello se debe a que cada tipo de actor juega un papel diferencial en cuanto a la formalización del turismo internacional y la cadena de valor.

La cooperación entre las organizaciones públicas está asociada a la seguridad, uno de los pilares que, según los mismos actores, es la clave del auge turístico de la zona. En especial, la cooperación se establece entre alcaldías locales, la policía y el ejército. Algo similar ocurre con la promoción turística, tanto dentro como fuera de Colombia, puesto que el Estado central considera que ese es un punto primordial para dinamizar la economía. Pero esa relación de cooperación es, a su vez, de dependencia, ya que si el Estado no garantiza la seguridad y la promoción de la zona, el auge turístico caería paralelamente; de ello son

conscientes, e incluso temerosos, los actores públicos locales.

La competencia es la regla general en cuanto a los vínculos entre los actores privados. Incluso algunos actores locales señalan un sostenido incremento de la competitividad en la zona en los últimos años, lo cual ha derivado, por un lado, en la formalización de algunas prácticas, y por el otro, en el incremento de la informalidad como efecto derivado y contrapuesto. Un caso concreto es el asociado con la gastronomía, pues Acodrés trata de participar en el mejoramiento de ciertas prácticas, sobre todo en Armenia, mientras que han proliferado sitios en los que se ofrece comida a los turistas sin que formen parte del gremio, especialmente en los demás municipios. Otro caso de disputas evidentes gira en torno a la diferenciación entre los alojamientos u hoteles urbanos y las fincas-hotel rurales. Los primeros tienden a estar formalizados y legalizados, mientras que en los segundos hay de todo, por ejemplo, fincas que hacen parte del Club de Calidad Haciendas del Café, y otras que funcionan sin ningún tipo de regulación, formalidad, ni tributación. Algo similar ocurre con

agencias de viaje y de promoción formalizada, a su vez que hay otras que trabajan con ofertas de alojamiento no registradas. Lo anterior permite plantear que existe una tensión considerable en la zona entre lo formal y lo informal, que trasciende al plano laboral, al de los impuestos y a la competencia desleal —según los propios términos empleados por una pequeña proporción de los entrevistados—.

Algunos actores privados señalan que existe cierta articulación para fortalecer destinos locales a partir del intercambio de información, pero no como una relación completamente formalizada, por lo que el posicionamiento en el mercado es eminentemente competitivo. También algunos entrevistados comentaron la existencia de acuerdos no formalizados en cuanto al pago de comisiones, por ejemplo entre agencias de viaje y fincas-hotel; algunos mencionaron que las comisiones pueden girar alrededor del 10% del consumo total de los turistas en los alojamientos. Estas comisiones se dan tanto entre establecimientos formales, como entre informales, lo que muestra que, en general, esta práctica es una especie de acuerdo informal o no reglado.

Otra forma en la que se relacionan los actores privados, aunque en una escala territorial diferente, consiste en la visita a otros establecimientos o en la asistencia a eventos de injerencia comercial. En el caso del Parque Nacional del Café, se realizan visitas entre parques temáticos, pero no como una práctica formalizada ligada a un contacto directo. Otros actores asisten a ferias internacionales de forma autónoma, como a Fitur, celebrada en España.

En otras oportunidades las organizaciones privadas no compiten, pero sí generan alianzas estratégicas para la prestación complementaria de servicios turísticos. En ciertos casos, en realidad en pocos, existe una lógica de cooperación diferencial y complementaria no competitiva. Este sería el caso de alianzas como la establecida entre Panaca y la cadena Decameron para el alojamiento de turistas nacionales y extranjeros.

Al interior de los actores mixtos, por su propia naturaleza, la lógica predominante es la de cooperación. En la zona de estudio, el Fondo Mixto de Promoción del Quindío juega un papel protagónico como catalizador de esfuerzos entre los demás actores de otras escalas territoriales de incidencia. Otro aspecto relevante al interior de la lógica de relación entre los actores mixtos consiste en la apuesta hacia el mejoramiento de la calidad en todos los aspectos ligados a la prestación de servicios turísticos.

Relaciones predominantes entre los actores públicos y privados

Las relaciones predominantes establecidas entre los actores públicos y privados están definidas, principalmente, por la cooperación y la dependencia (tabla 3). La primera se establece a partir de acciones que buscan propiciar un ambiente donde el destino turístico se vea fortalecido por las ventajas específicas locales. En ellas, se resaltan acciones como las siguientes:

- Los programas de capacitación públicos a las fincas-hotel para aprender a hacer un buen café, como elemento de distinción y de atracción turística.

- El papel de Cotelco y las alcaldías para el registro de los establecimientos turísticos.
- Los cursos financiados con recursos públicos para la gestión de la calidad en los establecimientos privados.
- El apoyo público en la formulación de proyectos privados de competitividad.
- El relevante papel del Sena en la formación de personal en turismo y en otros campos afines, como la gastronomía, la jardinería y el mantenimiento de piscinas, entre varios.
- La capacitación, con dineros públicos, en diferentes áreas ligadas a mejorar la prestación de servicios turísticos acorde con estándares internacionales.
- Hacer convocatorias públicas a los gremios privados.
- La participación pública, por ejemplo de los municipios receptores o potencialmente receptores de turistas extranjeros, en ferias internacionales privadas.
- La creación de puntos de información turística, jalonados en gran medida por las alcaldías municipales.
- La realización de caravanas turísticas privadas con apoyo de las alcaldías locales y del Ejército Nacional y de la Policía Nacional.

En cuanto a las relaciones de dependencia, es posible señalar que están enmarcadas en necesidades mutuas, pero asimétricas. Por ejemplo, los registros comerciales de los establecimientos turísticos, en tanto su actividad económica, pasan por el filtro de la Cámara de Comercio de Armenia, la organización privada que centraliza dicha información a nivel departamental. Otra relación de dependencia, más

bien de carácter local-nacional, está definida por el papel de la Policía Nacional y el Ejército Nacional en la seguridad del destino, un elemento que todos los actores asumen como relevante para la atracción del turista foráneo. Es de resaltar que algunos actores señalan las preferencias de las acciones de seguridad hacia los hoteles de elite de la zona, con presencia directa de la seguridad estatal, en contraste con la limitada asistencia a establecimientos de alojamiento de nivel medio y bajo.

También se resalta la limitada y, en ocasiones, precaria disponibilidad de vías, puesto que no están preparadas para la llegada de muchos visitantes. Es frecuente que los actores privados se quejen de los atascos y trancones, en ocasiones, bastante extensos, en las temporadas de mayor afluencia de turistas a la zona. Aquí se nota la fuerte dependencia de los prestadores privados de servicios turísticos hacia los actores estatales encargados del mantenimiento y la adecuación de las vías terrestres.

Relaciones predominantes entre los actores públicos y mixtos

Las relaciones predominantes entre los actores públicos y mixtos están definidas esencialmente por la cooperación y la dependencia, en ausencia de la competencia. Ello se explica porque los actores mixtos están diseñados institucionalmente para servir de puente entre lo público y lo privado, a modo de catalizadores, con lo cual su poder es sustancial (tabla 4).

En cuanto a la cooperación, se resalta el papel del Fondo Mixto de Promoción del Quindío, con relaciones de carácter local-regio-

nal, y, en menor medida, el rol de Proexport. En la zona cafetera del Quindío es frecuente encontrar que algunas alcaldías municipales y la misma gobernación establezcan convenios para que el Fondo Mixto de Promoción del Quindío contribuya a la visibilización de los establecimientos privados asociados al turismo internacional, como los hoteles de lujo y los parques temáticos. Dado su fuerte papel en el jalonamiento del destino turístico quindiano, buena parte de los actores públicos, además de cooperar, terminan dependiendo del Fondo Mixto de Promoción del Quindío para promover sus destinos, por lo que las relaciones de cooperación pueden derivar en vínculos de dependencia.

No sobra remarcar, como ya se ha señalado antes y como puede inferirse, que la ausencia de los actores mixtos locales tiene incidencia en la institucionalización del turismo internacional, puesto que genera un bache que deriva en la dependencia local del principal actor mixto departamental, el Fondo Mixto de Promoción del Quindío.

Relaciones predominantes entre los actores privados y mixtos

Puesto que los actores mixtos son una especie de bisagra, como ya se ha señalado, entre estos y los actores privados se generan vínculos asociados con la cooperación y la dependencia. En la cooperación se resaltan acciones específicas, como la promoción internacional por parte de los actores mixtos, por encargo de los actores privados, de la oferta turística privada; aquí se resalta tanto el papel del Fondo Mixto de Promoción del Quindío como el de Proexport (tabla 5).

Los actores privados sienten la necesidad de ser ayudados por la canalización y la visibilización ejercida por los actores mixtos, de tal forma que la relación puede derivar en la dependencia asimétrica de lo privado hacia lo mixto.

Principales cambios en las relaciones en el periodo 2005-2010

Entre el periodo 2005-2010, las principales modificaciones en las relaciones entre los diferentes actores han estado ligadas al claro aumento de los turistas extranjeros. Ello ha reforzado cambios en los vínculos entre las organizaciones públicas, privadas y mixtas que ya se habían originado en la última década del siglo XX, específicamente a partir del sismo de 1999 y de la crisis cafetera de la década de 1990. En general, aunque incluso en el año 2010 los actores señalan que las relaciones son algo débiles y que podrían incrementarse, según los actores entrevistados falta mayor fuerza en las relaciones para mejorar el destino y las opciones de cara a un turismo internacional en ascenso. Dicho de otra forma: los vínculos se han incrementado, pero falta fortalecerlos, consolidarlos y sostenerlos.

Existen varios fenómenos derivados asociados al incremento del turismo internacional que, en conjunto, definen aspectos más específicos del incremento de los vínculos entre los actores involucrados:

- La mayor valoración del paisaje y de las condiciones ambientales.
- La idea de virar hacia el turismo cultural en torno al café, en el que la ruta del café es clave (figura 1).
- La diversificación de los alojamientos, puesto que es posible

Tabla 3. Relaciones predominantes entre los actores públicos y privados.

		Actores públicos			
		Local	Regional	Nacional	Internacional
Actores privados relaciones predominantes	Local	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
	Regional	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
	Nacional	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
	Internacional	Cooperación	Cooperación	Cooperación	Cooperación

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Relaciones predominantes entre los actores públicos y mixtos.

		Actores públicos			
		Local	Regional	Nacional	Internacional
Actores mixtos	Local	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	Regional	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
	Nacional	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
	Internacional	Cooperación	Cooperación	Cooperación	Cooperación

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Relaciones predominantes entre los actores privados y mixtos.

		Actores privados			
		Local	Regional	Nacional	Internacional
Actores mixtos	Local	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	Regional	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
	Nacional	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación Dependencia	Cooperación
	Internacional	Cooperación	Cooperación	Cooperación	Cooperación

Fuente: elaboración propia.



Figura 1. Cultivos en el Parque Nacional del Café, Montenegro
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).



Figura 2. Balcón de la finca-hotel Alto del Coronel, Salento.
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).



Figura 3. Equipamiento interno en un alojamiento del hotel Las Camelias, Montenegro.
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).



Figura 4. Imitación de una casa campesina en la finca agro-turística Recuca, Calarcá.
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).



Figura 5. Yipaos en la Plaza Central de Salento.
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).



Figura 6. Un guía de la finca agro-turística Recuca, Calarcá.
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).



Figura 7. Paisaje del valle del Cocora, Salento.
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).



Figura 8. Pista para karts en el hotel Las Camelias, Montenegro.
Fuente: Jeffer Chaparro (archivo personal, marzo del 2010).

encontrar hoteles urbanos, fincas-hotel estilo hacienda (figura 2 y 3) y hospedajes para mochileros en acomodación múltiple (figura 4).

- El incremento en la valoración de lo local, como la comida y los yipaos¹⁵, que generalmente se ven como una ventaja de distinción.
- Los bajos precios para los turistas foráneos en comparación a otros destinos internacionales.
- El buen trato dado a los visitantes extranjeros.
- El fenómeno del retorno de los emigrantes colombianos, especialmente hacia Estados Unidos y España, quienes arriban acompañados de amigos extranjeros.
- El sustancial incremento de los mochileros extranjeros, los cuales en ocasiones son mal vistos, puesto que, para algunos prestadores de servicios turísticos, viajan con poco dinero y no gastan tanto como otros tipos de turistas foráneos.

- La importante oferta de destinos de la zona: los nevados, las aguas termales, el canotaje, las caminatas, las cabalgatas, los viajes en yipaos (figura 5), los parques temáticos (figura 6) y la contemplación de paisaje (figura 7), entre otros (figura 8).

Los anteriores fenómenos, de forma retroactiva y coevolutiva, han estado acompañados de cuatro situaciones estructurales de diferente naturaleza, pero complementarias: 1) el mejoramiento de la imagen en el exterior de Colombia y del Quindío; 2) el incremento en el uso de las tecnologías digitales, específicamente de Internet y la telefonía celular; 3) el relevante papel del Aeropuerto Internacional El Edén, de Armenia; y 4) el aumento de la seguridad al interior de Colombia por la acción del Ejército Nacional y de la Policía Nacional.

Efectos de la formalización del turismo internacional en el mercado laboral

Entre los efectos más destacables de la tendencia, más bien incipiente, hacia la formalización del

turismo internacional, se encuentran los del mercado laboral, local y regional, para la zona cafetera del Quindío. Aquí se presentan las principales implicaciones identificadas a partir de las entrevistas a profundidad efectuadas a los actores centrales del turismo internacional. Los ejes de reflexión son los siguientes: las exigencias para la contratación de personal, las condiciones de trabajo o laborales, la generación de empleo y las transferencias de prácticas empresariales y de conocimiento.

Antes de pasar a cada uno de los puntos mencionados, es adecuado no perder de vista algunas situaciones que permiten contextualizar los efectos del turismo internacional en la zona de interés: en primer lugar, existe mucho desempleo, lo cual se relaciona y retroalimenta con la alta informalidad laboral y con la generación de falsas expectativas de empleo; y segundo, el área es generadora de migrantes, tanto hacia otras zonas de Colombia como hacia el exterior.

Pese a lo anterior, existen casos muy dinámicos, como el de Salento,

¹⁵ Camperos 4x4 marca Jeep Willys de modelos viejos (1950-1960).

donde la llegada de turistas foráneos ha contribuido a la contratación de más guías y, en general, del aumento de la dinámica en todo lo que implica la cadena productiva: carros (yipaos); alimentación; lugares para tomar café o cerveza; hospedajes; centros de conexión a Internet y a telefonía celular; agencias de viajes; locales de artesanías; y servicio de buses intermunicipales y taxis, entre otros.

Como es de suponerse, el turismo internacional genera efectos diferenciales en los distintos municipios de la zona cafetera del departamento del Quindío, por lo cual los hallazgos que se comentan deben asumirse como una generalidad del área, más que la especificidad municipal. Sería adecuado adelantar investigaciones futuras en las que se profundice en las implicaciones particulares del turismo internacional en cada municipio.

No conviene olvidar que los efectos de cualquier actividad económica en el mercado laboral dependen del perfil concreto de los sujetos, es decir, de los trabajadores o empleados: cocinero de un hotel de lujo, cuidador-administrador de una finca-hotel o empleado de un parque temático, entre las muchas posibilidades que existen. Por ello, no sobra dejar claro que el aporte de esta investigación, en cuanto a la incidencia de la formalización del turismo internacional, es de carácter panorámico.

Requisitos para la contratación de empleados

En razón a la naturaleza regional del área de estudio, se ha detectado que los requisitos para la contratación de los empleados varían entre las zonas urbanas, incluyendo los

casos de los municipios, y las zonas rurales, debido a que la lógica misma del territorio deriva en requerimientos diferentes de contratación de personal.

En cuanto a las zonas urbanas, es posible señalar que se tiende a privilegiar la contratación de personal que cuente con un perfil que incluya los siguientes elementos:

- Algún tipo de formación académica en turismo.
- El dominio de Internet y de distintas herramientas digitales.
- El manejo del idioma inglés, que es importante pero no es lo más relevante puesto que la proporción de turistas extranjeros es baja.

Para el caso de las zonas rurales, donde se encuentran principalmente las fincas-hotel y las fincas agroturísticas, se tiende a contratar a personas que cuenten con:

- Experticia, formal e informal, en el manejo de una finca y en las labores del campo, como el cuidado de cultivos y animales, en los casos donde hay.
- Conocimientos en el sostenimiento de la jardinería y de la infraestructura física.

La diferencia urbano-rural, como se ha comentado, es algo marcada. En las fincas-hotel se privilegia un nivel de formación en el que no siempre importa el nivel educativo, pues en muchas oportunidades los administradores de las fincas ni siquiera han cursado la primaria, pero conocen muy bien las labores del campo. Algo diferente ocurre en las zonas urbanas, donde se desean personas con formación académica ligada a la terminación de la secundaria, sobre todo con cursos técnicos o universitarios. En algunos

cargos, sobre todo los gerenciales y administrativos de alto y medio nivel, la formación académica universitaria es necesaria. Sin embargo, el problema consiste en que buena parte de la oferta educativa es privada y, por ende, costosa para la gente con ingresos económicos limitados. Puede que, en este esquema, se estén retroalimentando las diversas formas de segregación social que están vivas en el departamento del Quindío, en particular, y en Colombia, en general.

También fue posible identificar que se tiende a contratar principalmente a personas de los mismos municipios y del departamento, de ahí que pueda decirse que los efectos de la contratación son en esencia locales y regionales.

En los dos casos, se valora mucho la contratación de personas que sean muy amables al momento de atender a los clientes. No obstante, también ha sido posible encontrar opiniones críticas, incluyendo de los mismos turistas foráneos, que consideran que la amabilidad de la gente a veces es sobrecargada y se tiende a recaer en el servilismo, lo cual tampoco está muy bien visto por buena parte de los visitantes extranjeros: un buen servicio no necesariamente debe derivar en servilismo.

Condiciones laborales

Las condiciones laborales en los establecimientos ligados al turismo internacional también varían en función del lugar de ejercicio de la actividad económica, ya sean las zonas urbanas o las rurales, caso diferente al de los parques temáticos.

En las zonas urbanas, tiende a evidenciarse la lógica de la contratación formal, que puede ser directa o indirecta —es decir subcontratada

con otras empresas de servicios de personal, en la lógica de la tercerización—. En los hoteles grandes hay tendencia a efectuar contratos formales por prestación de servicios, con variaciones entre tres meses a un año —excepto para cargos medios y altos, que tienden a tener contratos fijos e indefinidos—, o temporales, con variaciones entre temporadas específicas —como semana santa—, un mes o incluso días puntuales —especialmente para los puentes festivos—. Específicamente, para los hoteles pequeños, la informalidad laboral es más evidente, ya que incluso hay ofertas de alojamiento en casas de familias que han adecuado algunos cuartos como dormitorios para el turista, por lo cual puede que los hijos de los dueños trabajen sin sueldo, siendo a veces menores de edad.

En las zonas rurales, la situación tiende a ser diferente. En las fincas-hotel cafeteras, donde hay gran informalidad, se encontró que el perfil laboral para los administradores es más o menos el de personas poco preparadas académicamente, ojalá con pareja sentimental, y que no afecta mucho si tienen hijos o no, ya que la idea es que también cuiden los predios. Se denota cierta tendencia a una estructura familiar ligada a las fincas-hotel, que baja los costos para el dueño a causa de la informalidad contractual y genera un supuesto beneficio mutuo entre empleador y cuidandero-administrador de la finca-hotel. En contraste, en las fincas agroturísticas, se denota una tendencia hacia la contratación formal, puesto que la lógica laboral implica tener personal capacitado para las labores productivas y la atención especializada.

En el caso de los parques temáticos, la contratación es más formalizada, pero hay fluctuación dependiendo de la temporada o fechas puntuales: vacaciones, fines de semana y puentes festivos. Por lo general, existe una planta básica de personal con contrato fijo, frecuentemente a un año para cargos básicos, e indefinido o fijo para cargos medios y altos. También existe la subcontratación o tercerización para labores puntuales.

En cuanto a los procesos de formación y actualización de los empleados, por lo general, las personas deben asumir su propia formación. Solo en algunos casos, como el de los grandes hoteles de lujo y los parques temáticos, los establecimientos contribuyen total o parcialmente al incremento del nivel de formación de sus empleados. Los grandes establecimientos, en ocasiones, tienen programas subcontratados para formar a sus empleados, por ejemplo en inglés, pero los establecimientos pequeños, como los hoteles familiares y las fincas-hotel, generalmente no invierten ni colaboran para que sus empleados se formen más.

Creación de empleo

En este aspecto, hay que considerar dos puntos centrales que se erigen en catalizadores de la creación de empleo: primero, la fluctuación de la contratación a causa de las temporadas, como ya se comentó; y segundo, la relación de proporción del turismo internacional, incluyendo los servicios específicos para este segmento.

Respecto al primer punto, en algunos casos, la cantidad de trabajadores se puede duplicar o incluso triplicar, sobre todo en los hoteles

más grandes y prestigiosos, dependiendo de la temporada. En las temporadas altas hay mucha contratación por prestación de servicios y contratación informal verbal, forma que contribuye a aumentar sustancialmente la precariedad laboral de la zona. El caso de Panaca puede ser ilustrativo para la contratación formal: tiene aproximadamente 190 empleados fijos, que pueden incrementarse los fines de semana a 220 más o menos, y en las temporadas altas es posible llegar a 500 empleados; los empleados temporales son contratados por empresas externas. Por otro lado, los campamentos —alojamiento estilo camping— en zonas rurales los fines de semana y puentes festivos demandan empleos para trabajos puntuales, sin embargo, la tendencia es altamente informal. En todo caso, gran parte de los actores entrevistados plantearon que poseen alrededor de 50% más de empleados en las temporadas altas.

En cuanto a la relación de proporción de los turistas, se denotó que de cada 100 clientes, aproximadamente 5 son extranjeros, porcentaje que varía entre lo urbano y lo rural, siendo más alto en las áreas rurales. No obstante, en algunos casos, la situación es diferente, como en el municipio de Salento, puesto que allí existe una proporción de entre el 15% y el 20% de turistas internacionales aproximadamente. Debido a ello, la creación de empleo asociado a los turistas extranjeros no es muy alta, pero de todas formas, en la medida en que haya más visitantes internacionales, la cadena productiva se dinamizaría, por ejemplo en cuanto a los guías bilingües. Más turistas implican más trabajo, sin embargo, todavía no se

puede hablar de turismo internacional masivo.

No sobra señalar que en la generación de empleo los actores resaltan la necesidad de crear y gestionar nuevas opciones, como las asociadas al turismo de aventura, el cual ha venido en ascenso en la zona. También se debe remarcar el hecho de que los empleados principalmente provienen de la misma zona y que, además, hay una lógica recurrente en cuanto a los empleos familiares, por lo que es posible evidenciar que la creación de empleo es de carácter eminentemente local y regional.

Transferencia de prácticas empresariales y de conocimiento

En este aspecto, los actores entrevistados tienden a señalar que existe poca colaboración entre las organizaciones para transmitir conocimiento. Son limitados los casos en los que estas dinámicas son evidentes. Se resalta el papel de la Cámara de Comercio de Armenia, a partir de acciones específicas, como reuniones y encuentros de socialización de actividades productivas —directa o indirectamente ligadas al turismo— y el de la Gobernación del Quindío que, junto con actores privados y mixtos, ha incidido, por ejemplo, en la tarea de socializar y dar a conocer experiencias del turismo internacional en países como Chile, México y España.

Algunos actores han señalado que existen prácticas formales de personal en hoteles grandes, aunque con remuneraciones o compensaciones precarias. También que algunos centros de enseñanza, como el SENA y las universidades, actúan como catalizadores de la transmisión de prácticas, pero a partir no de

las organizaciones mismas, sino de lo que los sujetos que se están formando pueden aportar a las organizaciones con su trabajo.

En cuanto a las fincas-hotel, se evidenciaron prácticas informales de transmisión de conocimiento, puesto que ello no depende de los mismos establecimientos sino de las personas, como los administradores, que llevan su experticia acumulada y la incorporan al sitio de trabajo del momento.

El caso de los parques temáticos es diferente, puesto que ellos generan lógicas de aprendizaje continuo de manera diferencial, dependiendo de su perfil específico que, a veces, incluye viajes internacionales a ferias y a eventos especializados.

En general, se podría decir que aún falta bastante para que existan acciones serias y formalizadas entre los diferentes actores que inciden en el turismo internacional, en cuanto a la transferencia y el flujo de prácticas empresariales y de conocimiento. Es bastante seguro que la alta informalidad presente en la zona sea una evidencia del mismo estadio incipiente de institucionalización de turismo internacional en la zona cafetera del Quindío.

Conclusiones e ideas finales

Es posible señalar que la institucionalización del turismo internacional en la zona cafetera del Quindío se encuentra en un estadio intermedio o de transición, a modo de una institucionalización incipiente. Ello está ligado a la alta informalidad que existe en la zona en cuanto a la prestación de servicios turísticos, especialmente en los que concierne a los alojamientos, tanto urbanos como rurales —aunque especialmente las fincas-hotel son

protagonistas—, y en otros aspectos, como la contratación informal de empleados, con sueldos y condiciones laborales que suelen ser paupérrimas e indignas.

Es adecuado no perder de vista que todavía el volumen de turistas extranjeros en comparación con el de nacionales no es sustancial, pero tampoco habría que desestimar su poder transformador, especialmente en cuanto a la institucionalización. Se podría decir que el mismo fenómeno del turismo internacional está contribuyendo a la institucionalización de forma retroalimentada y sinérgica. Si bien las condiciones de formalización del turismo en la zona aún tienen problemas, la llegada de turistas foráneos está incidiendo y forzando la formalización, al menos en los segmentos productivos o cadenas que son tocadas.

El fenómeno del turismo internacional en la zona cafetera del Quindío ha sido jalonado luego de la coyuntura asociada al terremoto de 1999 y a la crisis cafetera de la década de 1990. La diversidad paisajística, los bajos precios, la desmedida atención al turista foráneo, el establecimiento de vuelos directos desde Estados Unidos y Europa hacia el aeropuerto internacional de Armenia, la construcción de parques temáticos, la oferta de fincas agroturísticas, las condiciones ambientales y la riqueza de la cultura cafetera, han sido factores que, en conjunto, han propiciado las condiciones contextuales para que la zona se haya constituido en uno de los principales destinos del turismo internacional en Colombia. Otros factores, como el narcotráfico, puede que también hayan incidido, puesto que algunos actores reconocieron el papel de la inversión de

dineros oscuros e ilegales en la dinamización, a partir de la construcción de hoteles y de la reconversión de algunas fincas en fincas-hotel; la extinción de dominio de algunos alojamientos lujosos puede ser prueba de ello.

Los procesos educativos y de enseñanza formales en los colegios, los centros técnicos y las universidades han sido permeados por la relevancia del fenómeno turístico, razón por la cual ya ha generado múltiples estrategias de cara a la mejor prestación de los servicios. Asuntos como la formación específica en turismo, el uso de sistemas digitales y el interés por el idioma inglés son algunos indicadores de referencia. Pero, desde nuestra perspectiva, hay que tener cuidado con la sobrevaloración de las expectativas económicas y de empleo que podría acarrear el turismo internacional. La zona cafetera del Quindío ha apostado de lleno al turismo, a modo de marca territorial, pero no debería descuidar otros procesos productivos relevantes.

En este proceso, el auge de Internet debe asumirse como otro factor tecnológico, comunicativo y, por consiguiente organizativo, que ha incidido y está influyendo en la formalización del turismo como catalizador. Ha sido central tanto para la promoción, como para los vínculos entre los diferentes actores en diversas escalas, por lo cual la red debe asumirse como herramienta de vinculación multiescalar. Consideramos adecuado que se profundice, en el futuro, en esta dimensión, puesto que puede ser un elemento clave para comprender la evolución del fenómeno y las consecuentes modificaciones espaciales y sociales, es decir, territoriales.

Como toda actividad económica, el turismo genera efectos negativos. En el caso de estudio, la invisibilización y la aceptación de las externalidades negativas son generalizadas. Aunque no es posible, adecuado, ni justo echarle toda el agua sucia al turismo, sí es necesario reconocer que, en condiciones de vulnerabilidad social, como es el caso del Quindío, algunas situaciones pueden ser reforza-

das o alimentadas. El narcotráfico, la explotación laboral y sexual infantil, la acción de grupos armados ilegales y el abuso ocasional de las autoridades militares y policivas no contribuyen al mejoramiento conjunto de las condiciones de vida de los habitantes de la zona. Lastimosamente, un pequeño segmento del turismo internacional está inmerso en prácticas reprochables, por ello el turismo sexual y de drogas están siendo ya definidos en Colombia como actividades indeseables desde los organismos de control, aunque haya cierta complacencia estatal.

Los efectos del turismo internacional no son los mismos en toda la zona. Los casos de Salento —municipio al que llegan muchos mochileros— y el de los visitantes extranjeros a los parques temáticos, puede denotar cierta incidencia polarizada. Consideramos muy importante realizar investigaciones en las que se llegue a niveles de detalle sustanciales, por ejemplo, analizando las dinámicas y efectos específicos de turismo, tanto nacional como internacional, en los distintos municipios del área.

Jeffer Chaparro Medivelso

Geógrafo de la universidad Nacional de Colombia y Doctor en Geografía Humana por la Universidad de Barcelona. Actualmente es profesor asistente del Departamento de Geografía de la Universidad Nacional de Colombia.

Daniel Santana Rivas

Geógrafo de la Universidad Nacional de Colombia. Actualmente vinculado al Instituto Geográfico Agustín Codazzi para adelantar procesos de generalización cartográfica.

Referencias

- Alcaldía de Circasia. 2008. Plan de Desarrollo Municipal: Circasia, un hogar para disfrutar la vida. Circasia: Alcaldía de Circasia. <http://www.circasia-quindio.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Alcaldía de la Tebaida. 2000. Plan Básico de Ordenamiento Territorial, 2000-2009. La Tebaida: Alcaldía de La Tebaida. <http://www.latebaida-quindio.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Alcaldía de Montenegro. 2008. Plan de Desarrollo Municipal "Montenegro con mejores oportunidades". Montenegro: Alcaldía de Montenegro. <http://www.montenegro-quindio.gov.co> (consultado en julio de 2010).
- Alcaldía de Quimbaya. 2000. Plan Básico de Ordenamiento Territorial. Quimbaya: Alcaldía de Quimbaya. <http://www.quimbaya-quindio.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Alcaldía de Salento. 2008. Plan de Desarrollo Municipal 2008-2011: "Unidos por Salento. Cambio con sentido social". Salento: Alcaldía de Salento <http://salento-quindio.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Chaparro, Jeffer y Santana, Daniel. 2010a. La institucionalización del turismo internacional en Cartagena de Indias durante la primera década del siglo XXI. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 14 (331): 74.
- Chaparro, Jeffer y Santana, Daniel. 2010b. El turismo internacional en la zona cafetera del departamento del Quindío, Colombia (2000-2010). Presentación realizada en el *Conference of Latin Americanist Geographers*. Bogotá: Universidad de Los Andes, 26 al 28 de mayo del 2010.
- Congreso de la República. 2006. Ley General de Turismo. Modificada parcialmente por la Ley 1101 de 2006. Bogotá: Ministerio de Industria Comercio y Turismo. <http://www.mincomercio.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). 2005. Política sectorial de turismo. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación. <http://www.snc.gov.co/Es/Institucionalidad/Documents/Conpes/3397.pdf> (consultado en julio del 2010).
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). 2006. Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 "Estado comunitario: desarrollo para todos". Bogotá: Departamento Nacional de Planeación. <http://www.dnp.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Gibson, Chris. 2008. Locating Geographies of Tourism. *Progress in Human Geography* 32 (3): 407-422. London: SAGE. <http://www.sagepublications.com> (consultado en julio del 2010).
- Gobernación del Quindío. 1999. *Plan de desarrollo turístico de Quindío*. Armenia: Gobernación del Quindío.
- Gobernación del Quindío. 2008. Plan de Desarrollo Departamental "Quindío Unido" 2008-2011. Armenia: Gobernación del Quindío. <http://www.quindio.gov.co/home/index.php> (consultado en julio del 2010).
- Guzmán, Carolina. 2010. Marketing y sostenibilidad en el turismo a Ciudad Perdida. Presentación realizada en el *Conference of Latin Americanist Geographers*. Bogotá: Universidad de Los Andes, 26 al 28 de mayo del 2010.
- Hall, Michael; Lew, Alan. 2009. *Understanding and managing tourism impacts: an integrated perspective*. London: Routledge, 365.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Pilar Baptista. 2010. *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill, 613.
- Judd, Dennis. 2006. Commentary: Tracing the Commodity Chain of Global Tourism. *Tourism Geographies*. New York: Taylor and Francis, 8 (4): 323-336 <http://www.informaworld.com/smpp/title~content=t713709512> (consultado en julio del 2010).
- Kellman, Carlos J.; Fernández, Victor R. 1986. *Tiempo libre, turismo y sociedad. Una aproximación al caso colombiano*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Meyer, K. Daniel. 2004. *Economía turística en América Latina y el Caribe*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICT). 2008. Plan Sectorial de Turismo 2008-2010 "Colombia, destino turístico de clase mundial". Bogotá: MICT. <http://www.mincomercio.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICT). 2009. Turismo 2009. Bogotá: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. www.mincomercio.gov.co (consultado en enero del 2010).
- Ministerio de Relaciones Exteriores. 2010. *Lista de países cuyos nacionales requieren visa de turismo o visitante para ingresar a territorio Nacional*. Tokio: Embajada de Colombia en Japón. <http://es.colombiaembassy.org> (consultado en julio de 2010).
- North, Douglas. 2006. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica, 190.
- Presidencia de la República. 2001. *Decreto 2107 de 2001*. Bogotá: Ministerio de Industria Comercio y Turismo. <http://www.mincomercio.gov.co> (consultado en julio del 2010).
- Schwarz, Guido. 2008. *Institucionalización del sector turístico en Colombia. Proyecto de Investigación*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Hermes, 13.

Séptimo Día. Programa de reportajes del Canal Caracol. 2009a. El turismo médico. Reportaje presentado el 11 de abril del 2009. <http://www.caracol.com/producciones/informativos/septimodia/video174917-el-turismo-medico-un-nuevo-metodo-viajar-y-operarse> (consultado en julio del 2009).

Séptimo Día. Programa de reportajes del Canal Caracol. 2009b. Sexoturismo. Reportaje presentado el 11 de abril del 2009. <http://www.caracol.com/producciones/informativos/septimodia/video145179-no-se-pierda-el-segundo-informe-de-sexoturismo> (consultado en julio del 2009).

Stuart, Phillip; Pearce, Douglas y Adam Weaver. 2005. Tourism Distribution Channels in Peripheral Regions: The Case of Southland, New Zealand. *Tourism Geographies*. New York: Taylor and Francis, 7 (3): 235-256. <http://www.informaworld.com/smpp/title~content=t713709512> (consultado en julio del 2010).