

**Nivel de competitividad del Sector Turismo en el Departamento de Risaralda, desde el
Sistema de Indicadores definido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**

Stephanie González Panesso

Maicol Alejandro Montes Agudelo

Tutor

Juan Carlos Muñoz

Profesor Asociado I. Administración de Empresas.

Universidad Católica de Pereira

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

Dedicatoria

A nuestros padres que con su amor y paciencia nos han apoyado en todo momento

Agradecimientos

A Dios por darnos la vida y la oportunidad de acceder a la educación superior, a nuestros padres por el apoyo y el esfuerzo realizado durante nuestra carrera y a todas las personas que con su conocimiento aportaron a la realización de este trabajo.

Contenido

Introducción	12
1. Planteamiento del Problema	14
1.1 <i>Descripción área problemática</i>	14
1.2 <i>Formulación del problema</i>	16
1.3 <i>Delimitación de la investigación</i>	16
1.3.1 <i>De espacio</i>	16
1.3.2 <i>De tiempo</i>	16
1.3.3 <i>De la población</i>	16
2. Objetivos de la Investigación	17
2.1 <i>Objetivo General.</i>	17
2.2 <i>Objetivos Específicos.</i>	17
3. Justificación.....	18
4. Marco de Referencial	22
4.1 <i>Marco Teórico</i>	23
4.1.1 <i>Concepto de Logística</i>	23
4.1.2 <i>Funciones de la Logística</i>	24
4.1.3 <i>Competitividad</i>	27
4.1.4 <i>Plataformas de Competitividad y Turismo</i>	31
4.1.5 <i>Indicadores de Competitividad</i>	33
4.2 <i>Marco Contextual</i>	35
4.3.1 <i>El turismo a nivel mundial</i>	35
4.3.2 <i>Competitividad turística en Colombia</i>	36
4.3.3 <i>La actividad turística en Colombia</i>	38
4.3.4 <i>El sector turismo en el departamento de Risaralda</i>	40
4.3 <i>Marco Legal</i>	41
5. Metodología Propuesta.....	46
5.1 <i>Definición del tipo de investigación</i>	47
5.2 <i>Método de investigación</i>	49
5.3 <i>Determinación de la población</i>	49

5.4	<i>Recopilación de la información</i>	50
5.4.1	<i>Fuentes de recolección de la información</i>	50
5.4.2	<i>Técnicas de recolección de información</i>	50
5.4.3	<i>Proceso para la recolección de información</i>	51
5.5	<i>Proceso de análisis-síntesis y discusión de resultados</i>	53
5.5.1	<i>Hallazgos</i>	69
	Conclusiones	72
	Recomendaciones.....	74
	Bibliografía	77
	Apéndice	82
	Anexos	85

Lista de tablas

Tabla 1. Distribución de Indicadores y Variables por Plataforma	55
Tabla 2. Transferencia de recursos.....	56
Tabla 3. Ejecución presupuestal.....	57
Tabla 4. Promoción del Turismo.....	58
Tabla 5. Sistemas de calidad	59
Tabla 6. Total de empresas consolidadas de Turismo.....	59
Tabla 7. Planes de desarrollo Turístico	61
Tabla 8. Hoteles certificados.....	62
Tabla 9. Alojamientos certificados.....	62
Tabla 10. Número de camas de establecimientos hoteleros.....	63
Tabla 11. Establecimientos hoteleros.....	64
Tabla 12. Seguridad ciudadana	66
Tabla 13. Consumo de agua	67
Tabla 14. Consumo promedio de agua por persona	68
Tabla 15. Nivel de competitividad de Risaralda	69

Lista de figuras

Ilustración 1. Hilo conductor.....	22
Ilustración 2. Actividades o Funciones del Proceso Logístico.....	25
Ilustración 3. Composición del índice de competitividad de turismo y viajes.....	33
Ilustración 4. Colombia vs el promedio de América Latina y el Caribe (Ranking 2007).....	36
Ilustración 5. Principales destinos del Eje cafetero: Porcentaje de participación (2008).....	41
Ilustración 6. Diseño del proceso de investigación	46
Ilustración 7. Problemas de competitividad según su importancia	53
Ilustración 8. Ocupación hotelera.....	54

Lista de Apéndices

Apéndice A. Instrumento de recolección de la información utilizado.82

Lista de Anexos

Anexos A. Consumo de agua del acueducto municipal85

Resumen

El turismo como fuente de desarrollo económico se ha convertido en un elemento de gran importancia para la competitividad de las regiones. El estado a partir de políticas nacionales busca convertir éste en un sector de clase mundial y mejorar las economías locales con la implementación de planes de desarrollo.

El propósito del proyecto investigativo es establecer el nivel actual de competitividad del sector turismo en el departamento de Risaralda, tomando como base un sistema de plataformas, variables, indicadores e índices, sustentados en el documento: Sistema de Indicadores de Competitividad para el Turismo Colombiano realizado en el 2008 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El presente trabajo de investigación se realizó con la colaboración de los distintos entes gubernamentales encargados del turismo en el departamento como la Secretaria de Desarrollo Turístico y Competitividad del departamento de Risaralda, y la dirección de Fomento al Turismo de la ciudad de Pereira con el fin de conocer el estado actual de los diferentes elementos que componen el sector.

Palabras claves: Sector Turismo, competitividad, logística, competitividad turística.

Abstract

Tourism as a source of economic development has become an element of great importance for the competitiveness of regions. From the state national policy seeks to turn it into a world class sector and improve local economies by implementing development plans.

The purpose of the research project presented is to analyze the competitiveness of the tourism sector in the department of Risaralda, based on a system of platforms, variables, indicators and indices, supported by the document: Competitiveness Indicators System for Colombian Tourism conducted in 2008 by the Ministry of Commerce, Industry and Tourism.

This research was conducted in collaboration with various government agencies in charge of tourism in the department and Secretary of Tourism Development and Competitiveness of the department of Risaralda, and direction for the Promotion of Tourism in the city of Pereira to The current state of the different elements that make up the sector.

keywords: Tourism sector, Competitiveness, Logistics, Tourism Competitiveness

Introducción

Risaralda proyecta convertirse en uno de los principales destinos turísticos tanto nacionales como internacionales, así lo presenta la agenda para la productividad y competitividad de 2007, en la que se determinaron estrategias para mejorar la competitividad de la región. Entre las 19 apuestas productivas que se priorizaron se determinó el turismo, por ser una actividad económica fundamental para las regiones como jalonador de recursos y generador de puestos de trabajos directos e indirectos. Además, de la creciente importancia de éste en el desarrollo económico, impacto cultural y ambiental, implicando un sin número de retos y desafíos en la competitividad del departamento.

Por consiguiente, esta investigación establece el nivel actual de competitividad del sector turismo en el departamento de Risaralda a partir de un sistema de: plataformas, variables, indicadores e índices, sustentado en el documento Sistema de Indicadores de Competitividad para el Turismo Colombiano del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2008). Donde se desarrollan las siguientes plataformas: Sustentabilidad económica, Gestión Turística, Soporte Turístico, Sustentabilidad sociocultural, Sustentabilidad ambiental. Estas a su vez se desagregan en variables, después en indicadores que determina lo que se va a medir y por último los índices que son las formulas para hacer la medición.

El primer paso en esta investigación fue la precisar referentes conceptuales como la logística, con el fin de identificar la importancia de esta en las prácticas y procesos que se llevan a cabo para alcanzar la competitividad del sector turismo, y el desarrollo de la competitividad turística en Colombia a través del tiempo, para así poder tener un panorama del sector turismo a nivel internacional, nacional y regional. Por último se realizó una entrevista semiestructurada para conocer la realidad en la que se encuentra el sector, a partir de esta se construyeron indicadores y con la información recolectada se hizo un análisis de la competitividad en cada uno de estos factores.

La investigación es exploratoria, pues muestra una visión general, de tipo aproximativo frente a la realidad del sector. La competitividad es un tema poco explorado y reconocido, por lo cual para la recopilación de la información se realizaron entrevistas en la Secretaría de Desarrollo Turístico y la Dirección de Fomento al Turismo.

1.Planteamiento del Problema

1.1 *Descripción área problemática*

Para un país o una región la competitividad es la capacidad de producir bienes y servicios que compitan exitosamente en mercados globalizados, generen crecimiento sostenido en el largo plazo y contribuyan de esa manera a mejorar los ingresos y la calidad de vida de sus habitantes. Está relacionada con múltiples factores que condicionan el desempeño de las actividades productivas, como la infraestructura, los recursos humanos, la ciencia y la tecnología, las instituciones, el medio ambiente y el entorno macroeconómico. (Departamento Nacional de Planeación, 2007, pág. 7)

La competitividad turística es un factor fundamental para las regiones, en su proceso de crecimiento y desarrollo económico y social. “Fortalece las estructuras económicas al contribuir a la generación de empleo, de ingresos y de divisas, mejora la calidad de vida, induce una revolución educativa que conduce a ver el mundo de una manera diferente a través del respeto por los valores, la cultura y la naturaleza”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, pág. 15) Actualmente el sector turismo presenta rezagos comparado con estándares internacionales en materia de competitividad, por tal motivo las políticas turísticas generadas a partir de los planes de desarrollo a nivel nacional buscan que cada región se consolide como un destino turístico.

Según el plan de desarrollo del departamento de Risaralda se pretende un crecimiento turístico con miras a impulsar la economía. Por tal razón Risaralda proyecta convertirse en uno de los principales destinos turísticos tanto nacionales como internacionales, para lo cual dispone de un gran número de atractivos naturales. “Sin embargo, el departamento advierte sobre la necesidad de ampliar y mejorar la infraestructura física disponible (parques temáticos, paradores náuticos, hoteles), de estandarizar los procesos en la prestación de servicios turísticos, de formar

el recurso humano y de un mayor acceso a fuentes de financiamiento para el desarrollo de iniciativas que contribuyan al fortalecimiento del sector”. (Departamento Nacional de Planeación, pág. 53)

El departamento de Risaralda tiene ciertas características que hacen que llegue un mayor número de personas en comparación con los departamentos de Caldas y Quindío, “durante el primer semestre del año 2010, el aeropuerto de Matecaña presenta un mayor flujo de usuarios 347,7 mil, es decir el 60,6% del total de la región, registrando un aumento de 21,8% en comparación con el año 2009”. (Banco de la Republica Colombia, 2010, pág. 12) Lo anterior le brinda una posición importante en el eje cafetero, por diferentes razones como el ecoturismo y el turismo metropolitano caracterizado por ser muy fuerte en la parte comercial y contar con un desarrollo en la infraestructura y oferta de servicios, además de tener los mejores centros comerciales y la existencia de prestigiosas marcas nacionales e internacionales.

Actualmente “no existe una relación de indicadores de competitividad turística aplicable a todos los destinos turísticos mundiales (por falta de información estadística del indicador, por ser impreciso y no reflejar adecuadamente la realidad turística del destino, lo que dificulta los análisis comparativos entre destinos”. (Sánchez, 2010) Se evidencia dificultades en la medición de la competitividad y ausencia de un sistema de indicadores de competitividad para el sector turismo en el departamento de Risaralda. Por tal motivo esta investigación promueve alcances para evaluar el comportamiento de un conjunto de factores dentro de un sector particular, el turismo, con el fin de establecer el nivel actual de competitividad de este a nivel local. Además conocer los antecedentes, las debilidades y fortalezas para así determinar la situación real del sector.

1.2 *Formulación del problema*

¿Cuál es el nivel de competitividad del Sector Turismo en Risaralda, desde el Sistema de Indicadores definido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo?

1.3 *Delimitación de la investigación*

La investigación está delimitada por tres aspectos como lo son el espacio, el tiempo y la población.

1.3.1 *De espacio*

La investigación se desarrolló en el departamento de Risaralda, teniendo como referencia establecimientos turísticos.

1.3.2 *De tiempo*

El periodo estimado fue de un año y medio, tiempo en el cual se realizaron estudios y análisis en este sector a entidades y agremiaciones que hacen parte del sector turismo en el departamento de Risaralda.

1.3.3 *De la población*

La investigación atiende específicamente los establecimientos turísticos del departamento de Risaralda.

2. Objetivos de la Investigación

2.1 *Objetivo General.*

Establecer el nivel actual de competitividad del Sector Turismo en el departamento de Risaralda, desde el Sistema de Indicadores definido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

2.2 *Objetivos Específicos.*

- Determinar el nivel actual de competitividad del Sector Turismo en Risaralda desde las variables e indicadores de medición en las plataformas de Gestión turística, Soporte turístico, Sustentabilidad económica, sociocultural y ambiental.
- Identificar las variables e indicadores más representativos de las plataformas para Risaralda en relación con el Sector Turismo.
- Construir un Marco Referencial sobre el Sector Turismo en Risaralda que facilite el desarrollo investigativo en la región.
- Propiciar en conjunto con instituciones del Sector Turismo en Risaralda el nivel óptimo de los indicadores, para que el sector sea competitivo en el escenario nacional.

3. Justificación

Actualmente la logística se ha convertido en parte importante del desarrollo tanto empresarial como de las regiones; los distintos conceptos que abarca son útiles en diversas actividades económicas o productivas, y brinda herramientas fundamentales que sirven como soporte a los distintos procesos que hacen parte de los sectores industriales y de servicios, entre ellos el turismo.

Ver el turismo desde una perspectiva logística genera posibilidades que permiten un alto impacto en la competitividad, factor que se ha convertido en uno de los objetivos estratégicos más importantes actualmente, puesto que la competitividad influye en otros elementos como el desarrollo económico y social de las naciones y sus departamentos. “El turismo hace parte fundamental del desarrollo competitivo de los países en su proceso de crecimiento económico y de consolidación social. Fortalece las estructuras económicas al contribuir a la generación de empleo, de ingresos y de divisas, etc; mejora la calidad de vida, induce una revolución educativa que conduce a ver el mundo de una manera diferente a través del respeto por los valores, la cultura y la naturaleza; conciencia acerca de la construcción de mejores oportunidades y es constructor de armonía social. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, pág. 15)

Se pretende que el sector turismo satisfaga las necesidades de los turistas y que mejore las condiciones actuales proyectándose como un sector competitivo a nivel nacional e internacional a partir de la calidad y sostenibilidad, puesto que “el turismo, conjuntamente con las comunicaciones y la informática, serán los tres sectores que regirán la economía mundial del Tercer Milenio”. (Cabeza, 2001, pág. 257)

En materia de turismo los aspectos positivos han generado un conjunto de beneficios económicos que se reflejan fundamentalmente en términos de empleo, captación de divisas y participación en el PIB, no obstante la distribución de estos es poco equilibrada y tiene sus efectos negativos (impactos ambientales y sociales) por

falta de coordinación y consenso de los actores de tal manera que ofrezcan un marco propicio para la resolución adecuada y equitativa de los potenciales conflictos, reconozcan diversas formas organizativas existentes y permitan incorporar las expectativas de los diferentes actores locales y regionales. (Duis, 2006)

La actividad turística en Colombia generó en el año 2007 US\$ 9.464 millones y participó con 6,3% del PIB; entre los años 1996 y 2006 se observó un crecimiento importante en el arribo de turistas internacionales, pasando de 580 mil a cerca de 1 millón. (Combariza G & Aranda C, 2009, pág. 122)

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo al mismo tiempo apoya la descentralización del turismo, para que la competencia de las entidades territoriales en materia turística se ejerza de conformidad con los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad que dispone el artículo 288 de la Constitución Nacional (Art. 13). Es por eso que cada departamento tiene facultad de formular sus políticas de desarrollo turístico con sus respectivas estrategias y programas de acción para su realización (Art. 17). Es aquí que se aplican las disposiciones de la ley proponiendo unas políticas dentro de la planificación para el desarrollo turístico del departamento de Risaralda. (Duis, 2006)

Risaralda se localiza en el centro occidente del territorio Colombiano y estratégicamente como parte del abanico central del país dentro de la región cafetera, cuenta con diferentes pisos térmicos que permiten varias alternativas de uso agrícola, áreas de bosques para protección de cuencas y zonas de diversificación como zonas cafetera y cálidas con actividad de ganadería y agrícola. Debido a su posición privilegiada haciendo parte del triangulo del café y al ser un corredor comercial por tradición, es un departamento con grandes posibilidades de destacarse en ámbitos como el turismo ecológico, comercial y de salud. Por esta razón la agenda interna para el departamento plantea que “en el 2017, Risaralda, como parte de la zona conformada por el Eje Cafetero, sea reconocido en el escenario nacional e internacional como un destino turístico para

el descanso, el ecoturismo, la aventura, el termalismo, la diversión y la salud”. (Departamento Nacional de Planeación, 2007)

Dada la importancia que el plan de desarrollo le concede al sector turismo en el departamento, se proyecta que “Risaralda en el 2020 sea posicionado como territorio verde, innovador y dinámico dedicado a los servicios turísticos de alta calidad generador de un desarrollo económico, social y cultural con identidad dentro de un concepto de ciudad – región”. (Duis, 2006). Este plan está apoyado por el Estado y busca que el turismo sea sostenible, además de mejorar la calidad de servicios prestados, es de gran valor destacar que el turismo está relacionado con ciertas actividades que aumentan los ingresos de algunos sectores de la economía como el comercio y el transporte.

Con la implementación del plan de desarrollo turístico en la región se brindan herramientas para que los procesos y servicios cumplan con los requisitos adecuados para la satisfacción de los turistas. La logística permite generar eficiencia y control en los distintos procesos al disminuir los márgenes de error en todas las actividades de las cuales se ocupa. La interacción de la logística con este sector de la economía posibilita obtener beneficios en la prestación de servicios y en los procesos que conllevan la actividad turística.

Aunque se reconocen avances en el mejoramiento de la competitividad, los esfuerzos realizados aun son insuficientes, por esta razón se busca el fortalecimiento a la descentralización; además, como soporte al fortalecimiento de la actividad turística del país se proponen unos indicadores de competitividad. Estos podrán medir los avances de cada región en el cumplimiento de los compromisos de su convenio de competitividad turística. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, pág. 6)

Por estas razones, la investigación que se presenta estableció el nivel de competitividad actual del sector turismo en el departamento de Risaralda, con el fin de identificar procesos para mejorar el nivel de productividad y competitividad en la región. Se tomó como población

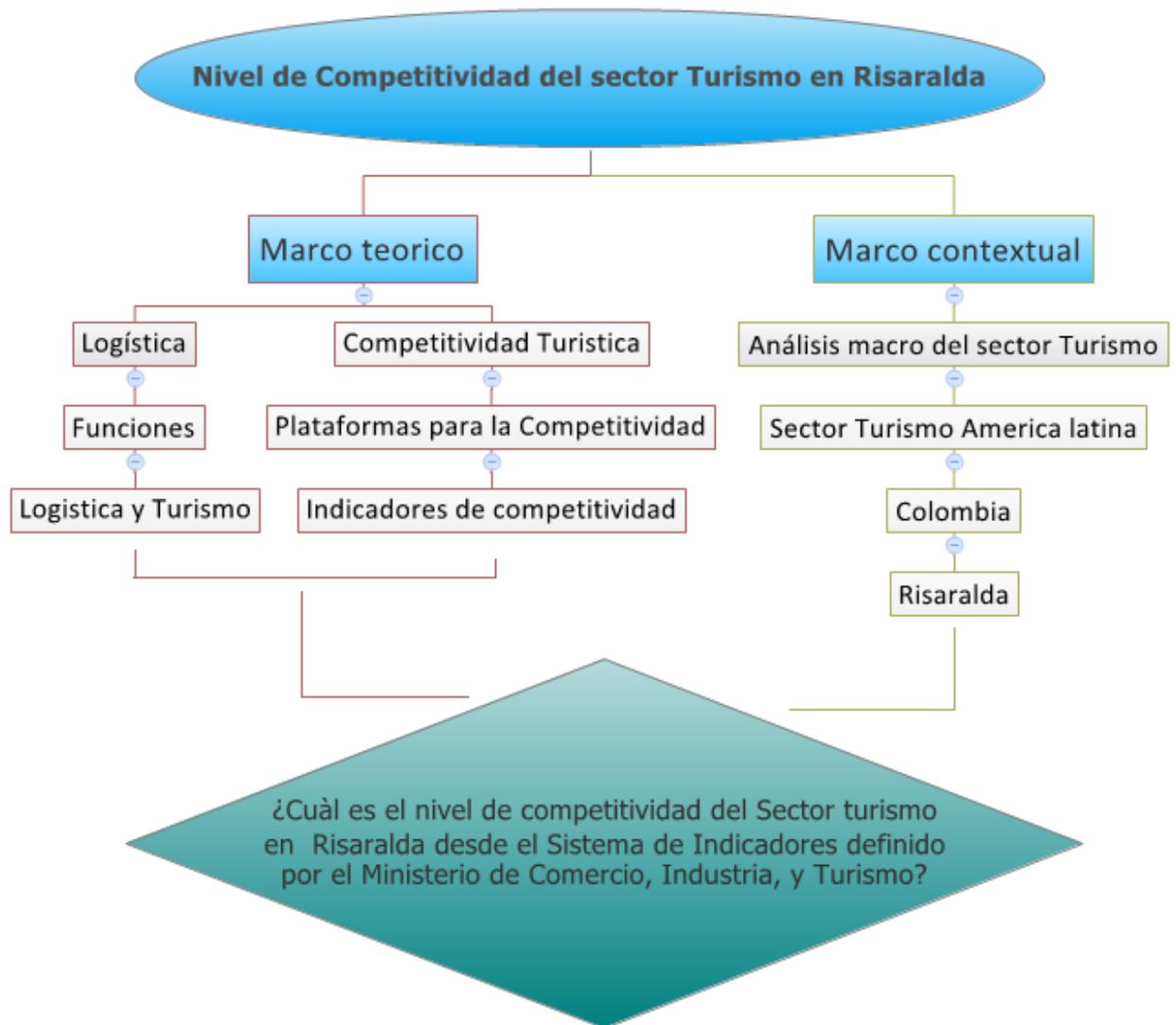
establecimientos de tipo turístico, determinados en base a las estadísticas existentes y con ciertas características: el primer criterio que se utilizó para la selección de la muestra es que estén constituidas en el Registro Nacional de Turismo, que estén afiliados a Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) y a la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO).

El presente documento servirá con principios teóricos y prácticos, al desarrollo empresarial para que se emprendan procesos de transformación necesarios en el sector y lograr así un mayor nivel competitivo, revelando la situación real del sector turismo en el departamento, por otro lado dará bases para la implementación de un sistema de medición de la competitividad y será de gran importancia para evaluar el proceso de la región según las estrategias actuales. Además servirá como referencia para investigaciones futuras que se realicen en la Universidad Católica de Pereira y en el departamento de Risaralda.

En el proceso de formación profesional es indispensable basarse en prácticas que permitan comprender el contexto, la estructura, el comportamiento y las dinámicas del entorno, para esto es necesario conocer la realidad social, política y económica del departamento. Es importante resaltar que para la Universidad Católica de Pereira es fundamental formar un profesional que esté en capacidad de interpretar las tendencias actuales a través de la investigación y responda correctamente a las necesidades que le presenta el entorno de una manera eficiente. Es de valor para la educación superior integrar a su función sustantiva la investigación, la cual permite “cultivar la independencia intelectual de los estudiantes o asumir un papel de crítica y de conciencia social” (Calderon H & Duque C, 2005, pág. 17); lo cual llevará a obtener niveles de alta calidad tanto para el profesional como para la universidad.

4.Marco de Referencial

Ilustración 1. Hilo conductor



Fuente: Elaboración propia

4.1 *Marco Teórico*

4.1.1 *Concepto de Logística*

“La palabra Logística aparece por primera vez en la historia en 1783, en el tratado del Barón de Jomini (general de los ejércitos napoleónicos), titulado *Precis de l’art de la guerre*. En este se hace referencia a la logística como la acción conducente a la preparación y sostenimiento de las campañas. (Sahid, 1987, pág. 62). La logística como muchos de los conceptos utilizados en las empresas actualmente se dio a conocer en la guerra, ya que era necesario disponer de armamento, alimentos y otros insumos en las mejores condiciones y en el momento o adecuado.

A principios de la segunda guerra mundial se vio la necesidad de suministrar al ejército de Estados Unidos de forma oportuna y eficaz los recursos necesarios para el combate, razón por la cual, la logística se convertía en un factor indispensable. La logística en un principio se entendía entonces como: “rama de la ciencia militar y operaciones que trata de la adquisición, suministro y mantenimiento del equipo, así como del movimiento del personal, servicios de soporte y del resto de asuntos relacionados con ellos”. (Ballou, 1991, pág. 4) Esta herramienta sirvió para generar ventajas frente a otros ejércitos, destacándose entonces la logística como un elemento fundamental al momento de alcanzar los objetivos de la organización. La implementación de la logística en las empresas se generó entonces al ver la necesidad de tener control en los productos y servicios, con el fin de simplificar procesos y generar valor agregado.

Debido a que actualmente el mundo atraviesa una serie de cambios resultado de la interacción de bienes y servicios a nivel global, las organizaciones buscan estar a la vanguardia en productos y procesos, ofreciendo éstos con mayor rapidez, calidad y bajos costos en sus operaciones, allí se evidencia entonces la importancia de la logística como mecanismo fundamental para que se adopten estrategias que permitan a las empresas ser más competitivas.

Estrategias que deben estar soportadas por la planificación y estructuración de sistemas que integren todas las áreas de la organización “la logística comprende la planificación, la

organización y el control de todas actividades relacionadas con la obtención, traslado y almacenamiento de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado. El objetivo que pretende conseguir es satisfacer las necesidades y los requerimientos de la demanda de la manera más eficaz y con el mínimo coste posible” (Casanovas & Cuatrecasas, 2003, pág. 17)

Actualmente, según el Council Of Logistic Management (Christopher, 2000, págs. 45-46), la logística se entiende como “...el proceso de planeación, instrumentación y control eficiente y efectivo en costo del flujo y almacenamiento de materias primas, de los inventarios de productos en proceso y terminados, así como del flujo de la información respectiva desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de cumplir con los requerimientos de los clientes”.

Además, “la logística es el proceso de gestionar estratégicamente la obtención, movimiento y almacenamiento de materias primas, componentes y existencias terminadas (y los flujos de información relacionada) a través de la organización y sus canales de marketing de tal forma que, la rentabilidad futura se vea maximizada a través de la cumplimentación efectiva de los pedidos en relación con los costes” (Christopher, 1994, pág. 12)

4.1.2 *Funciones de la Logística*

Debido a los cambios del entorno, la industria se ve en la necesidad de prestar un servicio de alta calidad que permita satisfacer las necesidades de los clientes en el menor tiempo y con bajos costos, con el fin de ser competitivas y permanecer en el mercado. La logística juega un papel fundamental en el manejo eficiente del “flujo de bienes y servicio, desde la adquisición de las materias primas e insumos en su punto de origen, hasta el consumidor final” (Monterroso, 2000)

La logística empresarial abarca entonces “todas las actividades relacionadas con el traslado-almacenamiento de productos que tienen lugar entre los puntos de adquisición y los puntos de consumo”. (Ballou, 1991, pág. 5) como resultado de esto se da “el proceso logístico que está conformado por todas las actividades que involucran el movimiento de materias primas,

materiales y otros insumos, así como todas aquellas tareas que ofrecen un soporte adecuado para la transformación de dichos elementos en productos terminados.

En el proceso logístico está conformado por: Compras, recepción, almacenamiento, inventarios, fabricación, servicio de apoyo, expedición y distribución.

Ilustración 2. Actividades o Funciones del Proceso Logístico



Fuente: (Monterroso, 2000)

Hacer de la logística un proceso integral implica un cambio en toda la organización, “las empresas para seguir este camino vanguardista y considerar la logística de forma integral, bajo los nuevos modelos organizativos, no implican únicamente un allanamiento de la pirámide funcional, sino que obligan a una reestructuración de los organigramas, además de un cambio de cultura de empresa que se ha de impulsar desde la cúpula de mando” (Ballou, 1991, pág. 205)

En los sectores de la economía es importante no solo evaluar el contexto, sino el funcionamiento y los aspectos a nivel interno que forman parte de su desarrollo, como lo son las fortalezas y debilidades. En estos procesos se logran destacar las fuerzas que permiten alcanzar ventajas competitivas y generar nuevos procesos para mejorar la competitividad empresarial. Es

fundamental que las empresas y las regiones tomen decisiones logísticas acertadas, redireccionando sus procesos, ya que el contexto actual exige mayor competitividad, “la empresa debe presentar un enfoque nuevo de su gestión basado en una disposición organizativa horizontal, orientada al mercado, y en la integración con todos los participantes en el canal (proveedores, distribuidores y operadores logísticos) con la idea que la calidad del suministro constituya una ventaja competitiva”. (Casanovas & Cuatrecasas, 2003, pág. 32) Obteniendo diferentes beneficios pues “la ventaja competitiva en un sistema logístico se puede obtener tanto por servicio al cliente basado sobre todo en la respuesta rápida, la diferenciación en el producto, y la reducción de costes por integración de las actividades” (Casanovas & Cuatrecasas, 2003, pág. 66)

La función de la logística se convierte entonces “en intentar conseguir la diferenciación de la empresa en alguno de estos aspectos, o en más de uno”. (Casanovas & Cuatrecasas, pág. 65) La integración de la logística a las actividades empresariales le permite a la organización ser más eficiente; ya que a partir de la información de todos los procesos se tomarán mejores decisiones y se alcanzarán los objetivos formulados por la compañía.

4.2.6. Logística y Turismo

La logística busca garantizar el flujo eficiente de personas, mercancías, bienes, información, etc; con el fin de ofrecer un servicio turístico de alta calidad que permita la satisfacción de los turistas. “La Logística se aplica al transporte de personas y bienes de un punto a otro, se ocupa de su alojamiento, de la programación de actividades, de comprobar que todo esté en el lugar y en el tiempo que se precisa”. La correcta percepción de la logística como herramienta competitiva permite identificar las falencias que presenta el destino turístico en materia de infraestructura, ayudando a la toma de decisiones para el correcto desarrollo del sector. (Muñoz, 2005, pág. 14)

Uno de los conceptos logísticos básicos es el de cadena de valor. Trasladado al turismo significa ofrecer aquellos «paquetes» que supongan un mínimo coste para una satisfacción dada al turista. Supone también combinar, de modo adecuado, el transporte, el alojamiento, las actividades en el lugar de destino y además supone

optimizar el proceso total de prestación de los servicios. Coordinar todas estas herramientas de tal modo que se creen beneficios finales para el consumidor, permite competir en costos con otras regiones y ayuda al fortalecimiento del Turismo. (Muñoz, 2005, pág. 14)

“A la industria turística en pleno ascenso y con un futuro promisorio, se le exige aumentar la calidad de los disímiles servicios, que implica satisfacer las cada vez mayores, cambiantes y diferenciadas expectativas de los clientes, y por el otro, se le agotan las vías tradicionales de aumentar la rentabilidad, a partir de la reducción de los costos. En este sentido, la Logística pudiera ser el paradigma de búsqueda de nuevos derroteros para añadir valor al producto turístico y reducir los costos que conlleven los servicios cada día más exigentes y personalizados que se ha de prestar al turista del tercer Milenio”. (Cabeza, 2001) La relación de la logística con el turismo genera cambios en los procesos de prestación de servicios, al implicar alta calidad, mayor flexibilidad para responder de una manera eficiente a las exigencias de actuales del mercado, todo con el fin de fidelizar los clientes y disminuir los costos que implica desarrollar un nuevo mercado.

4.1.3 *Competitividad*

El concepto de competitividad tiene múltiples evaluaciones debido a que según el Diccionario de Oxford de la Economía mide “la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios”. (Romo Murillo & Guillermo, 2005, pág. 200) A nivel de empresas, industria, regiones y países, lo que implica el papel decisivo del estado para mejorar la competitividad en estos actores además de diseñar un sistema que permita la medición de esta.

El entorno designa todos aquellos factores, restricciones, fuerzas, condiciones, circunstancias y relaciones que rodean y afectan la toma de decisiones, por consiguiente la competitividad es un factor fundamental para crear un entorno que “favorezca el crecimiento sostenido de la productividad y que se refleje en niveles de vida más elevados de la población. Incorporando factores macro, meso y microeconómicos en un marco de integración en la

economía global”. (Romo Murillo & Guillermo, 2005, pág. 214) Esto se logra con la ayuda de los gobiernos creando políticas que beneficien a los sectores económicos, invirtiendo en desarrollo y tecnología que permitan competir con economías más fuertes y que los ingresos generados por el mejoramiento de los procesos sean mayores. Por lo tanto se evidencia la importancia de la competitividad en las naciones, según la Comisión de Competitividad internacional de los Estados Unidos define el concepto de competitividad como: “el grado en el cual una nación puede, bajo condiciones de libre mercado, producir bienes y servicios que cumplan con los requerimientos de los mercados internacionales, y al mismo tiempo mejorar los ingresos reales de los ciudadanos. (CID, 2002, pág. 17)

Otro concepto es el del profesor Luis Jorge Garay quien define “la competitividad de una nación como el grado al cual puede producir, bajo condiciones de libre mercado, bienes y servicios que satisfacen el test de los mercados internacionales y, simultáneamente, incrementar los ingresos reales de los ciudadanos. La competitividad a nivel nacional está basada en un comportamiento superior de la productividad”. (Restrepo Puerta, 2004)

Por otra parte “La competitividad territorial se refiere a una capacidad dinámica de una cadena productiva, un clúster, para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, por medio de la producción, la distribución y la venta de bienes y servicios en el momento, lugar y forma solicitada, y sin olvidar que el fin último de su actividad es buscar beneficio de la sociedad”. (Duis, 2006) Según Michael Porter, los clúster son grupos geográficamente cercanos de compañías, proveedores, prestadores de servicios e instituciones relacionadas en un campo particular, que están interconectados y vinculados entre sí por aspectos comunes y complementarios”. (Romo Murillo & Guillermo, 2005, pág. 206) Esta relación aumenta la productividad generando mayores ingresos para las regiones y ayudando al desarrollo competitivo de estas.

Las regiones compiten entre si en la medida que buscan generar mayores ingresos ya sea invirtiendo en desarrollo o en educación, el objetivo es que los inversionistas lleguen a las ciudades o que las empresas encuentren grandes posibilidades y ventajas que no encuentren en otro lugar. “Una vez que el ambiente empresarial mejora (debido al aumento de la infraestructura

y a la mejoría de los centros de educación y los niveles de vida, u otras políticas gubernamentales explícitas formuladas para atraer inversiones a la región), las compañías empiezan a concentrarse en regiones geográficas específicas, dando origen a la formación de clúster (cúmulos). (Romo Murillo & Guillermo, 2005, pág. 206)

Para lograr un mejor posicionamiento, la industria debe tener en cuenta que la competitividad estratégica, se logra cuando una empresa o el sector “formula e implanta con éxito una estrategia para la creación de valor, respecto a la cual otras compañías no pueden imitar los beneficios o resulta demasiado costoso imitarlos. (...) se tiene con certeza una ventaja competitiva solo cuando cesan o fracasan los esfuerzos de otras empresas por imitar su estrategia (...) Al lograr una ventaja competitiva, se puede alcanzar su objetivo principal: obtener rendimiento sobre la inversión superior al promedio” (Hitt, Hokisson, & Ireland, 1999, pág. 5)

Por tal razón “La competitividad turística indica que los productos, servicios y estructuras de los destino turísticos deben aumentar sus valores agregados y permitir el desarrollo de ventajas competitivas para el sector turístico en general, a partir de la suma de todos los valores agregados de los subsectores que la conforman”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009) Por eso la importancia de la creación de los clúster ya citados anteriormente para que en conjunto puedan ser más competitivos, prestando el mejor servicio y logrando satisfacer las necesidades de los turistas con políticas de calidad enfocadas al servicio al cliente.

“La competitividad del producto es la capacidad de que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta. Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencian y que lo hacen deseable para los turistas. Entre estos factores se incluye la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad/precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2003, pág. 13)

Es de importancia resaltar que “en el turismo no existen países competitivos, pero hay regiones con determinados productos turísticos competitivos. La competitividad está condicionada geográficamente; esta se da en el nivel local, en los destinos turísticos. La competitividad de un destino turístico implica calidad de sus productos y servicios bajo criterios de sustentabilidad y productividad empresarial, con el fin de estar en disponibilidad de generar ingresos superiores al promedio de sus competidores, creando bienestar en la población”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, pág. 16)

Según la definición de la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo son “las actividades que desarrollan las personas durante sus viajes y estancias fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo inferior a un año con fines de ocio, negocio u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar de destino”. (Parra & Calero, 2006, pág. 2)

Con el fin de alcanzar mejores niveles de competitividad, el Departamento Nacional de Planeación (DNP) se encarga de elaborar la agenda interna departamental, en la cual se diseña un plan de acción con estrategias que permitan elevar los niveles de productividad y competitividad, entre los sectores promisorios se encuentra el turismo definido “para la Escuela Clásica, el producto turístico se debe mirar desde el punto de vista de la oferta de atractivos turísticos y de servicios; será por lo tanto, una suma de ofertas turísticas, una variedad de atractivos y de servicios turísticos, un conjunto de productos”. (Jimenez Guzmán, pág. 141) que hacen que este sea generador de desarrollo económico, social y cultural y competitividad en la región.

El turismo no es un producto que se consume de una vez. “Por el contrario, está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan, a su vez, con los recursos turísticos del destino. Por esto se habla del carácter mixto del producto turístico, puesto que está formado por un conjunto heterogéneo de bienes y servicios” (Parra & Calero, 2006, pág. 3)

Para aumentar la competitividad de la región es fundamental prestar un servicio turístico innovador, dinámico y de alta calidad dado que “la singularidad de los mercados turísticos se relaciona también con las formas de comercialización puesto que, por definición, oferentes y demandantes residen en lugares diferentes y de ahí el papel de los intermediarios (agencias y tour operadores), así como las posibilidades de contacto directo a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones” (Parra & Calero, 2006, pág. 2)

4.1.4 *Plataformas de Competitividad y Turismo*

El turismo influye en ciertos factores de tipo ambiental, social, económico, etc, que determinan que este se enfrente como un sistema, en este sentido la medición involucra “criterios de sustentabilidad (clasificando los elementos que hacen realidad el desarrollo del turismo con principios de eficiencia y eficacia en la asignación de recursos humanos, físicos y financieros)”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008)

“En el turismo existe un proceso de producción turística, al que confluyen un productor turístico (trabajo turístico), un consumidor turístico y un producto turístico. La presencia de este último evoca la existencia de un mercado, el mercado turístico, en donde por el juego de las leyes económicas se adoptan los precios del intercambio, los precios turísticos, entre quienes demandan el resultado de este proceso, la demanda turística y las distintas ofertas para proporcionarles satisfacción: oferta turística”. (Jimenez Guzmán, 1986, pág. 109)

De esta manera la oferta turística la integran por una parte, “el conjunto de atractivos turísticos, los cuales requieren el soporte de infraestructura para la conectividad aérea, terrestre, telecomunicaciones, seguridad y servicios de salud, y de otra parte, la oferta de servicios en los que el capital humano, sus competencias y destrezas, las empresas y los encadenamientos productivos, son el complemento necesario para el fortalecimiento de los destinos” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009)

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la medición de la competitividad en el sector turismo se establecen plataformas que se desagregan en una serie de variables, indicando una ruta hacia la contracción de mecanismos de evaluación para los destinos y servicios turísticos. En este sentido en el documento de Sistema de Indicadores de Competitividad para el Turismo Colombiano (2008) se explican de la siguiente manera:

Plataforma de sustentabilidad económica: Se refiere a los factores destinados a la producción turística que incide en el desarrollo económico de la región.

Plataforma de gestión turística: Involucra todos los factores que permiten que el destino tenga un manejo gerencial eficiente e innovativo, cumpliendo las metas trazadas y generando beneficios para la comunidad residente.

Plataforma de soporte turístico: Constituye todos los elementos indispensables para que se constituya el producto turístico tales como infraestructura, tecnología, calidad de tecnología materias primas, uso de los recursos enfocados especialmente al turismo

Plataforma de sustentabilidad sociocultural: La sostenibilidad sociocultural es el control adecuado de los impactos que el desarrollo turístico produce en la comunidad en la que actúa y con la que se interrelaciona, que son a su vez, el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y los visitantes, no solo los que proceden de otros países sino también los nacionales (Turismo Nacional) estos pueden generar también impacto.

Plataforma de sustentabilidad ambiental: Independientemente del tipo de turismo que haya priorizado el destino, el compromiso de realizar una gestión ambiental óptima es una condición. El turista exige esta condición aplicada en la práctica cotidiana del servicio.

(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008)

4.1.5 Indicadores de Competitividad

“Los indicadores son instrumentos de medición de las variables asociadas a las metas; pueden ser cuantitativos o cualitativos, expresado en terminos de logrado o no logrado o sobre la base de alguna otra escala que se quiera aplicar para medir o mmonitorear”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008) Estos permiten encontrar las deficiencias o fortalezas que tenga el sector y como esta respecto a la competitividad.

Son pocos los acercamientos a implementar indicadores de competitividad, sin embargo el Foro Economico Mundial detalla indicadores que considera imprescindibles para medir la competitividad de los países, puesto que permite identificar la escala a nivel mundial y comparar a Colombia con otros países y ver que debilidades tiene y los aspectos en que se puede fortalecer. Estos se resumen en: Marco regulatorio, entorno comercial e infraestructuras, y recursos humanos, culturales y naturales.

Ilustración 3. Composición del índice de competitividad de turismo y viajes



Fuente: Indicadore de Competitividad Turistica 2009, Foro Economico Mundial

Según (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008). Existen varios tipos de indicadores como lo son: de diagnóstico, seguimiento y resultado.

Indicadores de diagnóstico: “son la base para la planificación del desarrollo, pues permiten establecer el nivel de calidad de vida de una población dada en un momento determinado, permite identificar la situación social y económica de la población. Estos indicadores tienen en cuenta las variables demográficas, salud, educación, vivienda, saneamiento básico, seguridad pública”.

Indicadores de seguimiento: “deben medir la eficiencia y la eficacia, de tal manera que sea posible introducir cambios durante el proceso de ejecución. Entre estos indicadores se destaca el de calidad”.

Indicador de resultado: “permite verificar el cumplimiento de los objetivos de un proyecto y su contribución al desarrollo. En estos indicadores se destacan el indicador de eficiencia y el indicador de cobertura.

Estos indicadores se desarrollan en cada plataforma de acuerdo a el factor que se este analizando puesto que cada plataforma mide la competitividad desde diferentes contextos evaluativos e interpretativos.

4.2 *Marco Contextual*

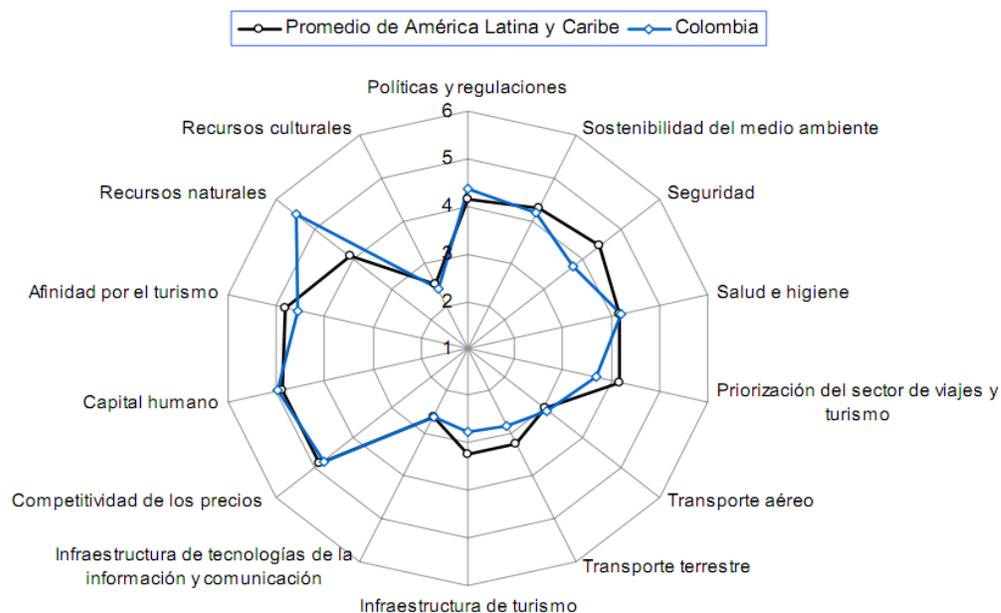
4.3.1 *El turismo a nivel mundial*

Es de vital importancia conocer el contexto en el que se desarrolla la industria y las diferentes variables del entorno, así como el comportamiento de esta en el ámbito internacional, nacional y regional, en este sentido estas características permiten tener un panorama general del sector turismo e identificar el estado actual de este.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo global durante el año 2006 reportó 842 millones de turistas aumentando en 4,5% su cifra con respecto a 2005 lo que generó US\$682.700 millones. El consejo del turismo de la OMT estima que las actividades del sector turismo representan 10,4% del producto mundial, 12,2% de las exportaciones del mundo, y 9,5% de la inversión del mundo. La industria de turismo durante 2007 generó cerca de US\$7 trillones, y según cálculos de la OMT, se espera que durante la próxima década aumente a US\$13 trillones. (Combariza G & Aranda C, 2009, pág. 122) El incremento de la industria turística, determinan que el turismo es un sector promisorio e importante en la economía mundial, dado que jalona otros aspectos, ya que permite mayores ingresos para las regiones, mejora el nivel de vida de la población y facilita transformaciones culturales.

En relación con la logística en el turismo se evidencia la necesidad de optimizar la función del gobierno con mejoras en servicios turísticos, a partir de la “inversión en capital humano mediante la educación y mejoras en las finanzas y la contabilidad, con el objetivo de aumentar la rentabilidad. En el caso de América Latina para desarrollar la logística se necesita mejores servicios en infraestructura física, líneas ferroviarias, transporte terrestre y carreteras. (Quirós, 2009, pág. 3)

Ilustración 4. Colombia vs el promedio de América Latina y el Caribe (Ranking 2007)



Fuente: (Ministerio Comercio, Industria y Turismo, 2008)

En comparación con América Latina y el Caribe, Colombia en los diferentes factores que intervienen en la competitividad presenta bajos niveles en transporte terrestre, infraestructura, seguridad, sostenibilidad del medio ambiente y salud, lo que indica los sectores que se deben fortalecer estas características para lograr mayor competitividad en el país, sin embargo existen ventajas comparativas como lo son los recursos naturales donde se ve una diferencia que demuestra las riquezas de la nación, dándonos una visión de la falta de aprovechamiento de los recursos para potencializar la productividad del país con mejores tecnologías innovadoras, capacitación del recurso humano y con un mejor servicio turístico que tenga valor agregado.

4.3.2 Competitividad turística en Colombia

Inicialmente con la apertura económica se reveló un nuevo escenario donde se evidenciaron las debilidades existentes, ya que en Colombia “no se pudieron sostener las corrientes turísticas

conseguidas a altos costos y no se tenía la capacidad de competir exitosamente (ni con calidad ni con precios)”. (Fernandez, 2003, pág. 18)

El comienzo hacia un nuevo panorama, se estableció a partir de estudios y políticas que regularan y determinaran las condiciones del sector turismo en Colombia, soportadas a partir del modelo de Porter, se elaboró el “Estudio de Competitividad para el Sector Turismo, con enfoque de turismo receptivo, el cual dividió al país en diez clústers en los cuales se concentraba la oferta para esa época (1997). El estudio devela grandes debilidades de los diversos clústers, detecta potencialidades y establece una serie de acciones estratégicas en las cuales se deben concentrar éstos para transformar las tradicionales ventajas comparativas en competitivas”. (Fernandez, pág. 19)

Desde esta época se empezaron a generar iniciativas y compromisos regionales en torno al tema turístico con la necesidad de crear y/o fortalecer sinergias que permitieran mejorar la competitividad de los productos y de los destinos. “Los convenios de competitividad turística, ejercicio de planeación estratégica, apuntan en esa dirección. Se estructuraron mediante talleres en los cuales la comunidad turística –empresarios, gobiernos locales y nacionales, comunidad organizada, entidades educativas– detectaban los problemas, formulaban estrategias y asumían compromisos en torno a acciones encaminadas a solucionar dicha problemática”. (Fernandez, pág. 20).

Durante los últimos años, el Estado ha desarrollado políticas turísticas con el objetivo de posicionar a Colombia como un destino turístico competitivo ante el panorama internacional, el país cuenta con una gran diversidad turística lo que le da ventajas comparativas en relación con otros países, de acuerdo con el Estudio de Competitividad del Sector Turístico, se ha podido establecer que “este es para Colombia, dadas sus potencialidades y ventajas comparativas, una fuente de negocios muy buena en cuanto al reparto de sus beneficios y a su efecto dinamizador sobre el resto de la economía”. (Ministerio de Comercio, 2003) Sin embargo se evidencia la importancia de agregar valor y generar ventajas competitivas.

Es importante resaltar que “En el turismo no existen países competitivos, pero hay regiones con determinados productos turísticos competitivos. Al igual que en otros sectores de la economía, en turismo la competitividad está condicionada geográficamente; esta se da en el nivel local, en los destinos turísticos. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, pág. 16)

4.3.3 *La actividad turística en Colombia*

Durante los últimos seis años Colombia ha presentado avances en materia turística, lo cual es muy importante al permitirle figurar en el mapa del turismo mundial. Según el reporte de competitividad en viajes y turismo del año 2008, “Colombia se sitúa en la posición 71 entre 130 países analizados, por debajo de Brasil, Chile, Argentina Uruguay y Perú en Suramérica. A pesar de lo anterior, en cuanto a los indicadores de recursos humanos, culturales y naturales ocupa la posición 38, lo que indica las posibilidades en el desarrollo de servicios turísticos no tradicionales y que hacen uso de este tipo de recursos en el diseño de productos turísticos”. (Combariza G & Aranda C, 2009)

La actividad turística en Colombia generó en el año 2007 US\$ 9.464 millones, y participó con 6,3% del PIB; entre los años 1996 y 2006 se observó un crecimiento importante en el arribo de turistas internacionales, pasando de 580 mil a cerca de 1 millón, con un comportamiento similar en el ingreso de divisas por viajeros y se espera un crecimiento de 3,4% en la participación del turismo en el PIB para el año 2017. (Combariza G & Aranda C, 2009, pág. 122) Lo que lo hace un sector fuerte en el desarrollo económico del país, debido a esto las regiones deben fortalecer su infraestructura y brindar un producto óptimo a todos los requerimientos y exigencias actuales.

La actividad muestra aún más complejidad si se integran bajo conceptos de competitividad y sostenibilidad el componente del territorio. La transversalidad de la actividad en este sentido requiere una planificación en distintos niveles y la consideración de alternativas, de cuestionarse sobre el producto a ofrecer en función

de los atractivos, accesibilidad y servicios, el tipo de turismo a atraer, los impactos posibles y probables del turismo y la integración de la actividad en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente. La planificación y gestión de un área turística vela por el uso racional de los recursos naturales y culturales y aporta las estrategias para poner en valor los recursos turísticos de acuerdo con su potencialidad, calidad y significado. (Duis, 2006, pág. 6)

La planificación del espacio turismo cumple un papel fundamental, ya que de esto depende la implementación y producción turística influenciada por la infraestructura. Es indispensable tener en cuenta criterios de competitividad como la disponibilidad.

Dado el creciente interés por controlar los impactos del turismo y de hacer frente a la espontaneidad, desorganización y carencia de objetivos de desarrollo equilibrado, mediante el uso racional del territorio y de los recursos, sitúa al paradigma de la sostenibilidad como referente clave de los procesos de planificación de la actividad. (Duis, 2006, pág. 6)

“En lo corrido del año hasta febrero, los ingresos reales de los hoteles disminuyeron 1,6% y el personal ocupado se redujo 0,9% con relación al mismo periodo de 2010. En lo corrido del año hasta febrero, el porcentaje de ocupación hotelera fue 48,8%, inferior en 0,8 puntos porcentuales al registrado en el mismo periodo de 2010” (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2011). Se determina que en relación con el 2010 existe una disminución en el sector turismo, para cual es necesario identificar los factores de este comportamiento, ya que esto afecta al sector económicamente y reduce los esfuerzos para lograr más productividad y competitividad.

En un destino turístico un factor determinante son las condiciones para el desempeño de la actividad: instalaciones “En el caso de los hoteles establecidos en destinos turísticos en desarrollo que no disponen de una adecuada infraestructura, esta situación puede ocasionar insatisfacción a el turista, al presentarse discrepancias de calidad con respecto a los estándares establecidos y a

los que están acostumbrados sus clientes”. (Cabeza R) En este sentido se debe tener en cuenta que Colombia presenta deficiencias en diversos factores, por lo cual es importante establecer políticas que permitan desarrollar la competitividad del país y de las regiones, Según Luis Guillermo Plata (2009), Ministro de Comercio, Industria y Turismo, “para que el país sea competitivo se hace necesario mejorar la calidad en la infraestructura y servicios turísticos, esta es la forma más eficiente para que los prestadores de estos servicios desarrollen sus actividades y eleven la competitividad y productividad de los productos turísticos colombianos”.

4.3.4 *El sector turismo en el departamento de Risaralda*

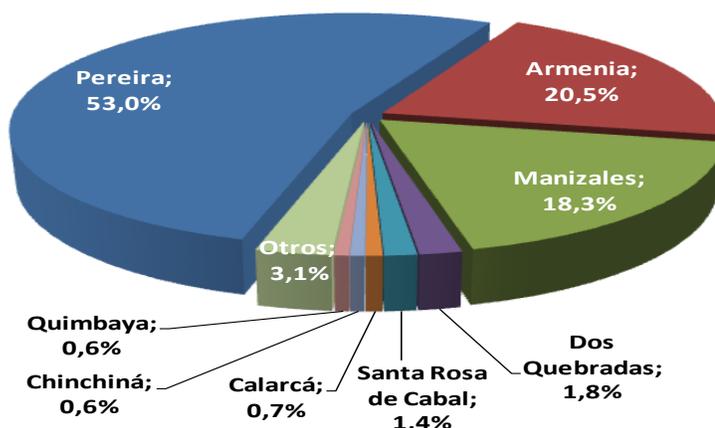
“De acuerdo a la información reportada al DAS, durante el año 2008 el departamento de Risaralda recibió la visita de 13.577 viajeros internacionales (un poco más del 1,1% del total nacional), siendo así el décimo departamento más visitado después de Magdalena y Norte de Santander. Lo anterior representa ventajas para el sector en comparación con otros departamentos y potencialidades como destino turístico en el país.

En el 2008 se reportó la llegada de 23.882 viajeros internacionales llegados a los departamentos de Risaralda, Caldas y Quindío. Estos viajeros representaron el 2% del total de los viajeros llegados a Colombia. Para el primer semestre de 2009 el número de viajeros llegados en el departamento de Risaralda ascendió a 7.419 personas, mostrando un crecimiento de 16,6% frente al mismo periodo del año 2008, lo cual representa un incremento en la demanda y un punto importante en los objetivos de la agenda interna departamental en el proceso de posicionar a Risaralda como uno de los principales destinos turísticos del país.

En el contexto regional, la ciudad de Pereira cuenta con ciertas ventajas en comparación con Armenia y Manizales por ser un corredor comercial importante y por ser el centro del eje cafetero, ésta ciudad juega un papel fundamental en las actividades comerciales de la región. El principal destino visitado en el departamento es su capital, Pereira. En 2008 esta ciudad recibió la visita del 96,2% del total de los viajeros internacionales llegados al departamento y un 1% del

total de los viajeros llegados a Colombia. Esta cantidad ubicó a Pereira en el décimo lugar en volumen de vistas recibidas, después de Santa Marta y Cúcuta. (Proexport, 2009).

Ilustración 5. Principales destinos del Eje cafetero: Porcentaje de participación (2008)



Fuente: (Proexport, 2009)

El porcentaje de ocupación hotelera en marzo de 2010 fue de 36,3, se registra un aumento puesto que en marzo de 2011 el porcentaje es de 42,5 para la zona cafetera con base a las ventas por habitaciones / habitaciones ocupadas. (Cotelco, 2011) Sin embargo, la ocupación hotelera en el departamento de Risaralda está aproximadamente en el 48%, disminuyó en comparación con el 2010 donde se registró un 59,49%, esto se debe principalmente a la ola invernal por la que atraviesa el país, lo que hace que menos personas se movilicen por vía terrestre por diferentes razones como los desastres naturales.

4.3 *Marco Legal*

La Constitución Política de Colombia de 1991 en el Artículo 52 reconoce “el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. La Ley 300, del Congreso de la República, del 30 de julio de 1996 establece que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial a las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social. Esta ley estipula los

principios generales que rigen la industria turística: la concertación, la coordinación, la descentralización, la planeación, la protección al ambiente, el desarrollo social, la libertad de empresa, la protección al consumidor y el fomento (Art. 2).

Entre los principios generales de la industria turística se encuentra:

- Concertación: las decisiones y actividades del sector serán resultado de acuerdos.
- Coordinación: para lograr el objetivo como sector deberá trabajarse coordinadamente.
- Descentralización: la actividad turística podrá realizarse desde lo privado y lo público según sus respectivos ámbitos de acción.
- Planeación: las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual formará parte del plan nacional de desarrollo.
- Protección al ambiente: el turismo se desarrollará en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente.
- Desarrollo social: el turismo es una industria que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, actividades que constituyen un derecho social consagrado en el artículo 52 de la Constitución Política de Colombia.
- Libertad de empresa: el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias.
- Protección al consumidor: el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas.

- Fomento: el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional. (Ministerio de Desarrollo Economico, 1996)

Por otro lado, la Ley 300 de 1996 establece el marco normativo del sector turismo edificado sobre tres grandes pilares: la ordenación (institucional), la promoción y la competitividad y, la disciplina del mercado. Las nuevas reglas de juego implican un Estado dispuesto a asumir una labor de facilitador de procesos, transfiriendo conocimientos a las regiones y renunciando a su papel de “padre sabelotodo y todopoderoso”, con capacidad de solucionar todos los problemas. (Fernandez, pág. 19)

Para el cumplimiento de los fines de la ley, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo formula una política de Gobierno en materia turística que es el Plan Sectorial de Desarrollo Turístico y ejerce las actividades de planeación, en armonía con los intereses de las regiones y entidades territoriales (Art. 12). (Duis, 2006)

Según el art 16 de la ley 300 de 1996 el Ministerio de Desarrollo Económico, siguiendo el procedimiento establecido por el artículo 339 de la Constitución Política para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo, prepara el Plan Sectorial de Turismo en coordinación con el Departamento Nacional de Planeación y las entidades Territoriales, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo, previa aprobación del Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes). El Plan Sectorial de Turismo contendrá elementos para fortalecer la competitividad del Sector, de tal forma que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en el ámbito social, económico, cultural y ambiental. (Ministerio de Desarrollo Economico, 1996)

Es importante conocer la normatividad existente para el sector, ya que influye directamente en el desarrollo de éste y de las empresas que lo conforman. Estos son algunos de los conceptos que la ley 300 de 1996 presenta:

Establecimientos hoteleros o de hospedaje: es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

Clasificación de los establecimientos: los establecimientos hoteleros y similares podrán ser clasificados por categorías por parte de la asociación gremial correspondiente, por asociaciones de consumidores o por entidades turísticas privadas legalmente reconocidas.

Agencias de viaje: son Agencias de Viaje las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

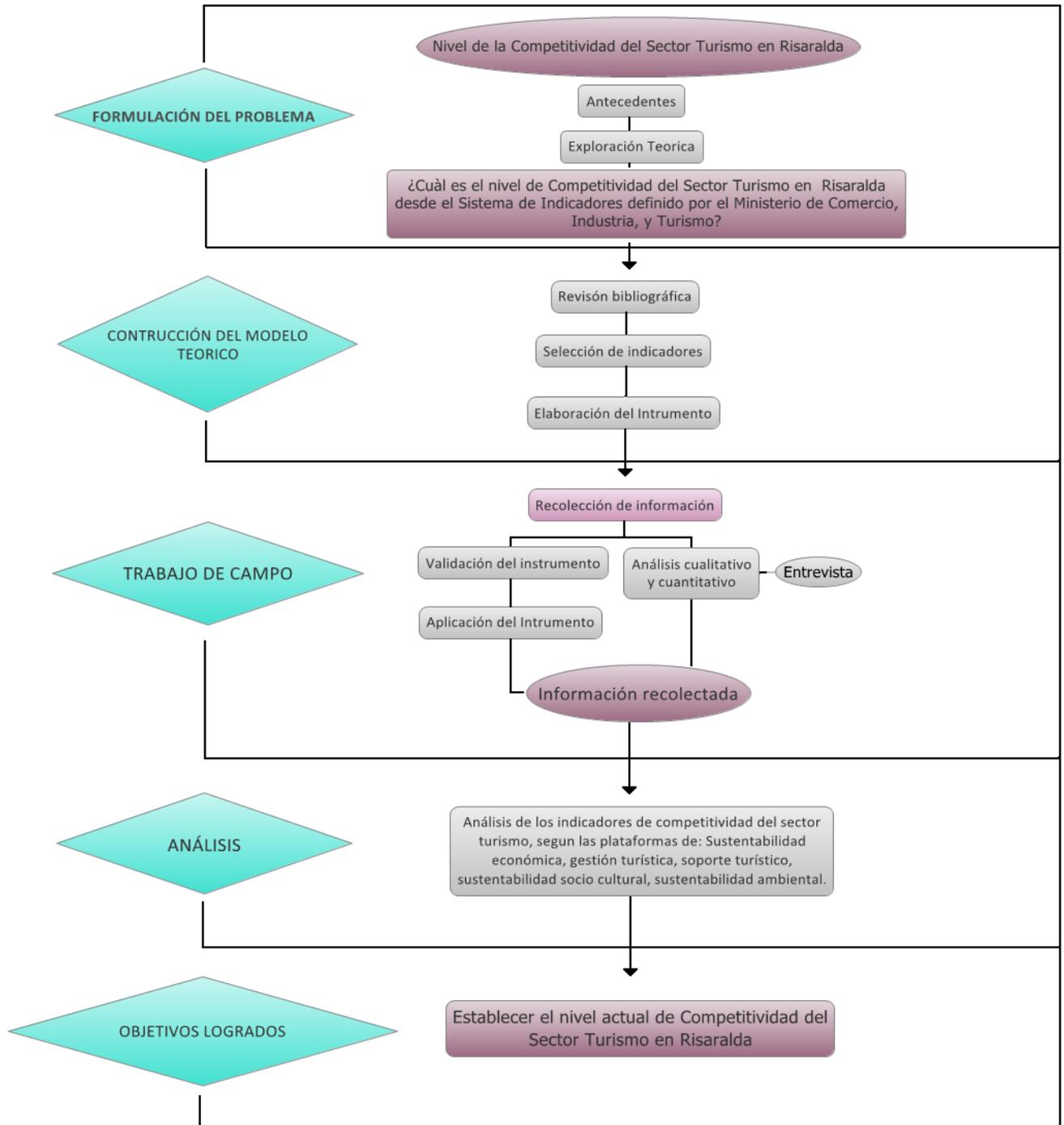
Guías de turismo: se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado.

Certificaciones de calidad turística: la Superintendencia de Industria y Comercio acreditará mediante resolución motivada y previo visto bueno del Viceministerio de Turismo, a las diferentes entidades que lo soliciten para operar como organismo pertenecientes al Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología y ejercerá sobre estas entidades las facultades que le confiere el artículo 17 de decreto 2269 de 1993. (Ministerio de Desarrollo Economico, 1996)

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo ha reglamentado el uso de la Marca de Certificación de la Calidad Turística mediante la resolución 0650 por medio de la cual establece los objetivos de esta: Mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en Colombia, crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar servicios turísticos que comparativamente presenten un mejor desempeño, incentivar el crecimiento del mercado nacional de este tipo de servicios, promover un cambio hacia el consumo de servicios turísticos de óptima calidad, facilitar el acceso al mercado y mejorar la imagen de los servicios turísticos, incentivar el crecimiento en la prestación de servicios turísticos de calidad, promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías de calidad aplicables al sector turístico.

5. Metodología Propuesta

Ilustración 6. Diseño del proceso de investigación



Fuente: Elaboración Propia

Los indicadores de competitividad se determinaron por medio del análisis de las plataformas de Sustentabilidad económica, Gestión Turística, Soporte Turístico, Sustentabilidad sociocultural, Sustentabilidad ambiental.

Con el fin establecer los principales actores a entrevistar y obtener información que brindara las herramientas necesarias para el correcto desarrollo de la investigación e determinaron los actores como entidades gubernamentales encargadas de sectores públicos y sector turismo en Pereira y Risaralda como lo es la Secretaria de Desarrollo Turístico y Fomento al Turismo.

Sin desconocer estas mediciones, a nivel interno el país ha identificado una gran segmentación, dispersión y ausencia de información, situación que limita medir la competitividad de las regiones. Además no se implementan indicadores que permitan establecer la evolución de estas.

5.1 *Definición del tipo de investigación*

El área de investigación en el cual se analiza el problema, es la investigación exploratoria, pues a través de instrumentos y técnicas se investiga la medición de la competitividad, con el fin de conocer el funcionamiento y la influencia que tiene ésta en el sector turismo. Las investigaciones exploratorias “son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido y cuando aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. (Lerma, 2004, pág. 64) Una de las dificultades en el proceso de búsqueda de información es la ausencia de este tipo de estudios, por lo este proyecto sirve de antecedente para investigaciones futuras que se lleguen a realizar.

“La investigación cualitativa es la alternativa que opta por una parte más subjetiva de los proyectos. Generalmente, cuando se habla de investigación cualitativa, se trata de describir e interpretar algunos fenómenos humanos, a menudo en palabras propias de los individuos

seleccionados (informantes), en vez de considerar la perspectiva del investigador”. (Balcazár, 2005, pág. 27).

Por otra parte pero igualmente importante y de interés para este proyecto investigativo, se tomó en cuenta “la investigación cuantitativa, en la cual, los estudios se quedan en una etapa de clasificación y tabulación, en la exposición de cuadros de frecuencias y porcentajes, sin ningún análisis teórico de los resultados. Es decir, los datos no conducen a la formación de conceptos”. (Mejía Navarrete, 2002, pág. 67)

Este estudio consistió en identificar indicadores de medición de la competitividad del sector turismo en Pereira, para así poder hacer un análisis del mismo. Las evidencias recogidas en esta muestra se emplean para identificar el problema en particular. Se plantea una serie de plataformas que designan los grandes temas que se van a evaluar: plataforma de sustentabilidad económica, plataforma de gestión turística (productividad, calidad), plataforma de soporte turístico (atractivos, infraestructura, facilitación, tecnología), plataforma de sustentabilidad sociocultural y plataforma de sustentabilidad ambiental. Estas “plataformas se desagregan en una serie de variables, indicando una ruta hacia la construcción de mecanismos de evaluación para destinos y servicios turísticos. Los indicadores delimitan los elementos que se van a medir y los índices son las fórmulas para hacer la medición”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008)

Las siguientes plataformas conforman una serie de estudios establecidos para la medición de la competitividad en las diferentes regiones de Colombia. Estas plataformas fueron elaboradas para la creación del documento Sistema de Indicadores de Competitividad para el Sector Turismo Colombiano realizado por el grupo de Planificación y Desarrollo Sostenible del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, liderado por el señor Víctor Rafael Fernández Ávila Director General de Turismo del Ministerio, quien a su vez indicó los fundamentos y cualidades asignados a cada indicador.

Por último para determinar el nivel actual de competitividad del Sector Turismo en Risaralda desde las variables e indicadores de medición en las plataformas de Gestión turística, Soporte turístico, Sustentabilidad económica, sociocultural, ambiental se escogen los indicadores y se promedian, ya que el documento Sistema de Indicadores para la Competitividad del Turismo Colombiano no tiene ponderaciones para los indicadores.

5.2 *Método de investigación*

La investigación utiliza el método deductivo “La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquel que parte de datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico varias suposiciones” (Norte, 2006, pág. 21)

Con base al método deductivo se realizan una serie de actividades, una etapa de observación y registro de los hechos, con el fin de tener una visión inicial del estado en el que se encuentra el sector, para luego hacer una evaluación que permita llegar a resultados coherentes y confiables reuniendo todas las ideas encontradas en la investigación. Este estudio selecciona indicadores que permitan determinar cómo se encuentra el sector turismo en la ciudad de Pereira en relación a la competitividad, con base al documento Sistema de Indicadores de Medición de la Competitividad para el Turismo Colombiano, realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el 2008.

5.3 *Determinación de la población*

La población está representada por los establecimientos de tipo turístico, se determinó en base a las estadísticas existentes. Además de cumplir con ciertas características: el primer criterio que se utilizó para la selección de la muestra es que estén constituidas en el Registro Nacional de Turismo, estén afiliados a Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) y a la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO).

5.4 *Recopilación de la información*

5.4.1 *Fuentes de recolección de la información*

Las herramientas de investigación brindan la posibilidad de obtener información detallada de forma precisa y eficaz para el desarrollo de las investigaciones, éstas se realizan con el fin de obtener mejores resultados y mayor conocimiento de lo que se indaga.

Se utilizan fuentes primarias como: entrevista a los distintos actores que interactúan en el sector turismo del departamento de Risaralda entre ellos a la Secretaría de Desarrollo Turístico y Competitividad y a la Dirección de Fomento al Turismo, con el fin de saber cuál es el contexto actual del turismo en Risaralda y el nivel de competitividad. Además se recolecta “datos de fuentes secundarias: a partir de libros, trabajos de grado, revistas especializadas, entre otros” (Sabino, 1989, págs. 61-62). Otras fuentes secundarias son documentos como el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para la Competitividad y la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad de Risaralda que refleja bases que sirven de apoyo para fundamentar esta investigación.

Es de destacar el difícil acceso a información viable, actualizada y veraz por la ausencia de investigación en el sector y la falta de actitud de colaboración de algunos actores.

5.4.2 *Técnicas de recolección de información*

El trabajo de campo permite recolectar información a partir de visitas a diferentes entes u organizaciones que tengan relación directa con el turismo, con el fin de realizar entrevistas a los encargados de estas áreas para que aporten la información necesaria a la investigación, también se realizaron observaciones y análisis de los diferentes elementos que conforman la competitividad del turismo, para tener un concepto más detallado de la incidencia de esta en el sector. Además se obtendrá información por medio de análisis de contenidos y documentos, con visitas a diferentes factores influyentes. La entrevista es sometida a aprobación por parte de un especialista que evalúa con el fin de emitir un concepto.

5.4.3 *Proceso para la recolección de información*

- Definir las instituciones relacionadas con el turismo
- Diseñar la entrevista
- Validación del instrumento de recolección de la información.
- Contactar el responsable de la secretaría de Desarrollo Turístico y Fomento al Turismo
- Definir cita
- Realizar entrevista

Aproximación a la propuesta de investigación: para la selección de la investigación se exploró un sector que genera impacto en la economía regional, en el cual existen políticas que buscan mejorar la competitividad en esta área geográfica. Respaldado a nivel local por el plan de desarrollo del sector turismo en Risaralda, y a nivel nacional el plan sectorial de turismo 2008-2010. Se tomó la decisión de escoger este sector, además porque el gobierno tiene como objetivo, que el turismo sea un sector de clase mundial y que estas iniciativas fortalezcan la descentralización de las regiones.

Recopilación de datos: en esta fase se realizó un análisis de la importancia del sector turismo, se obtuvo conocimiento del plan de desarrollo y de las distintas propuestas que posee la región para hacer más competitivo este sector, también se determinó el estado actual y las problemáticas que el sector enfrenta actualmente.

Trabajo de campo: En el trabajo de campo se realizaron entrevistas semiestructuradas (Ver Anexo A) a los distintos actores del sector turismo como el Instituto de Cultura y Fomento al Turismo de Pereira al señor Miguel Ernesto Díaz, Secretaria de Desarrollo Turístico de Risaralda al señor Orlando Valdiri, con el fin de obtener la información necesaria para la consecución de los objetivos del trabajo. “Se entiende como entrevista semiestructurada aquella

que permite cierta libertad y flexibilidad y se pueden improvisar algunos aspectos que tienen significación para la investigación”. (Flores, Calvo, & Edgar, 2004, pág. 34)

Otras entidades donde recolecto información para la elaboración de los indicadores seleccionados fueron:

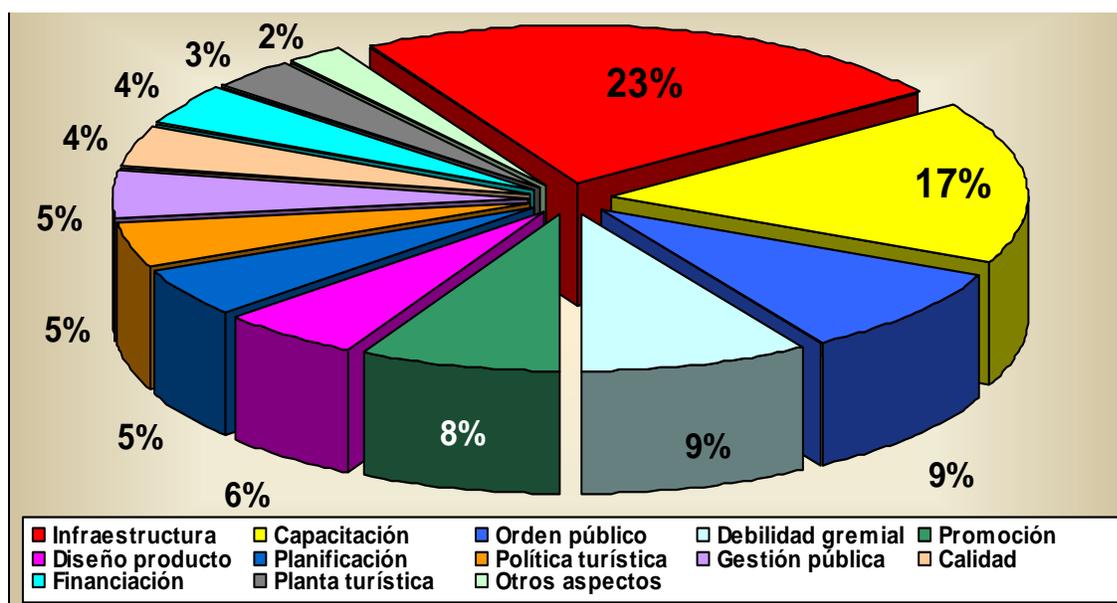
- Se recolectaron datos acerca del total de empresas creadas en el sector turismo en la Cámara de Comercio de Pereira específicamente en el Centro de Estudios de Competencias Empresariales (CECE), por la practicante Andrea Giraldo.
- Las denuncias por robo o atraco la suministro el subintendente José Alberto Rodríguez del Centro de Investigaciones Criminológicas de la SIJIN.
- El consumo de agua en litros del acueducto municipal lo brindo Andrea Soto asesora del subgerente comercial de la empresa Aguas y Aguas.
- El presupuesto total del departamento fue consultado en la Secretaría de planeación de la gobernación al señor Andrés Felipe Reyes asistente técnico de apoyo de planeación municipal.
- Para la información de alojamientos y camas disponibles se visito hoteles de alta categoría.
- El total de residentes según el censo de 2005 realizado en Colombia por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) determino que la proyección de la población total para el departamento de Risaralda en el 2010 es de 925.105 personas.

En la Asociación Hotelera y Turística (COTELCO) no se pudo realizar la entrevista, debido a que no se facilito la información, cabe resaltar que se realizo el proceso formal con carta

firmada por Samuel López director del programa de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Pereira.

5.5 Proceso de análisis-síntesis y discusión de resultados

Ilustración 7. Problemas de competitividad según su importancia

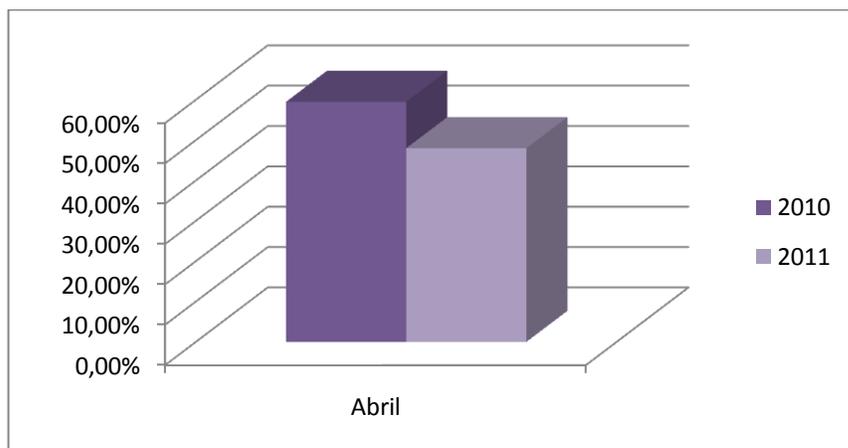


Fuente: Plan estratégico de desarrollo turístico frente a la competitividad

Según el diagnóstico del plan estratégico de desarrollo turístico frente a la competitividad los principales problemas del sector son la capacitación con un 17% y la infraestructura turística con un 23%. Razón por la cual es importante el fortalecimiento de este factor en el departamento, a partir de la construcción y mejoramiento de la infraestructura física (aeropuertos, carreteras, telecomunicaciones, agua potable, y alcantarillado, electricidad, señalización, servicios médicos), la comercial, los espacios públicos, la seguridad”, (Duis, 2006) para así poder prestar un servicio óptimo, con las implicaciones que se requieren actualmente para que el departamento sea competitivo. Se evidencia de igual manera factores claves como la promoción del destino 8% y la

seguridad 9% que inciden en la competitividad y que en su conjunto intervienen en el posicionamiento del destino.

Ilustración 8. Ocupación hotelera



Fuente: Secretaria de Desarrollo Turístico

Según la Secretaría de Desarrollo Turístico y Competitividad la ocupación hotelera en el departamento de Risaralda esta aproximadamente en el 48%, disminuyó en comparación con el 2010 donde registró un 59,49%. Por razones como los factores ambientales por los que atraviesa el país que repercuten en el estado de las vías y en la seguridad, además de la crisis económica mundial, específicamente en España donde el desempleo y la disminución en los ingresos hacen que bajen las remesas y que sean menos los turistas que ingresan al país, estos elementos mueven la economía en Risaralda y afecta el comercio, a los restaurantes y por ende al turismo.

Plataformas de competitividad

Tabla 1. Distribución de Indicadores y Variables por Plataforma

Plataforma	Variable	Indicador
Sustentabilidad Económica	Recursos para turismo	Transferencia de recursos para el turismo
		Ejecución presupuestal
Gestión Turística	Planificación	Planes de desarrollo turístico
	Calidad	Sistemas de gestión de calidad
	Promoción	Promoción del destino
Soporte Turístico	Prestadores	Alojamientos certificados
		Número de camas en establecimientos hoteleros
		Establecimientos hoteleros de alta categoría
Sustentabilidad Socio Cultural	Seguridad	Seguridad ciudadana
Sustentabilidad Ambiental	Consumo de agua	Consumo total de agua

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria Turismo

Plataforma de sustentabilidad económica

Se refiere a los factores destinados a la producción turística que incide en el desarrollo económico de la región.

Variable: Recursos para turismo

- Indicador: Transferencia de recursos para turismo.

Es un indicador de resultado, ya que muestra el porcentaje del presupuesto y el nivel de inversión que se destina para el desarrollo del turismo en el departamento de Risaralda.

Indice: Este análisis se realiza con el total de recursos que el sector público (departamento o municipio) dedica al Turismo, dividido por el total de recursos del departamento o el municipio en el año, multiplicado por 100.

Tabla 2. Transferencia de recursos

TRANSFERENCIA DE RECURSOS PARA TURISMO 2011		Total
Presupuesto asignado para el turismo en el destino	600.000.000	
Dividido		
Total presupuestado del destino	251.749.000.000	
multiplicado por 100		

Fuente: Elaboración propia

Se considera que el 1% es el porcentaje ideal para fortalecer y aumentar la competitividad del sector turismo. Con la información recolectada se identificó que el porcentaje para la asignación de recursos en Risaralda es del 0,24%, con una participación baja en el presupuesto total, debido a que no permite generar una adecuada promoción, ni una inversión adecuada en el sector. La poca disposición de recursos para el turismo se refleja en la infraestructura que posee actualmente el departamento en sus áreas turísticas, por tal razón la participación del sector debe ser mayor para permitir un desarrollo económico de Risaralda en este campo.

- Indicador: Ejecución presupuestal

Es un indicador de resultado, permite conocer la capacidad de inversión que tiene el turismo y su ejecución en el año.

Indice: Para este análisis se requiere el total de recursos ejecutados en temas turísticos en el departamento o municipio, dividido por el total de recursos presupuestados para temas turísticos en el departamento o municipio, multiplicado por 100.

Tabla 3. Ejecución presupuestal

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL 2011		Total
Recurso ejecutado en el turismo	540.000.000	
Dividido		
Total recurso presupuestado en el turismo	600.000.000	
Multiplicado por 100		

Fuente: Elaboración propia

Debido a la ley de garantías, en lo corrido del 2011 el porcentaje de ejecución presupuestal ya va en el 90%, en comparación con años anteriores donde en el primer semestre se desarrolla el 80% y el resto de recursos en el segundo semestre del año. Esta capacidad de ejecución muestra el nivel de aprovisionamiento de recursos que posee la región para turismo durante el año, además refleja el avance en el cumplimiento de metas propuestas en el Plan de Desarrollo.

Plataforma de gestión turística

Involucra todos los factores que permiten que el destino tenga un manejo gerencial eficiente e innovativo, cumpliendo las metas trazadas y generando beneficios para la comunidad residente.

Variable: Promoción

- Indicador: Promoción del destino

Es un indicador de resultado porque permite establecer qué porcentaje del presupuesto está destinado a la promoción del destino con el fin de aumentar la demanda de los turistas.

Índice: Se realiza con el total de recursos públicos que el departamento o municipio destinan para cualquiera de las acciones promocionales, dividido el total de recursos públicos y privados que el departamento o el municipio destinan para apoyar las acciones turísticas por 100.

Tabla 4. Promoción del Turismo

PROMOCIÓN DEL TURISMO		Total
Inversión pública del destino en promoción	250.000.000	
Dividido		
Total de recursos del turismo	600.000.000	
multiplicado por 100		

Fuente: Elaboración propia

La promoción es un factor importante en la captación de visitantes, puesto que permite que se conozcan los atributos que posee el destino. El porcentaje de los recursos de turismo destinados a la promoción es del 42%, cifra óptima para la realización de estas actividades en el departamento para el presupuesto actual, según el director de Desarrollo Turístico permite realizar campañas de atracción de viajeros en los medios de comunicación o en la participación en ferias nacionales e internacionales.

Variable: Calidad

- Indicador: Sistemas de gestión de calidad

Es un indicador de seguimiento porque mide el porcentaje de ejecución en diferentes períodos de tiempo. Muestra el porcentaje de establecimientos del sector que realizan procesos de certificación o que están certificados.

Indice: Se desarrolla con el No de establecimientos turísticos del destino certificados en procesos de calidad, dividido por el No total de establecimientos turísticos, multiplicado por 100.

Tabla 5. Sistemas de calidad

SISTEMAS DE CALIDAD		Total
Establecimientos turísticos del destino certificados en proceso en calidad	30	
Dividido		
Total de establecimientos turísticos	107	
multiplicado por 100		

Fuente: Elaboracion propia

Tabla 6. Total de empresas consolidadas de Turismo

Empresas consolidadas en el sector	
Hotelería	26
Agencias de viajes, asistencia a Turistas	46
agentes Turísticos	30
Guías turísticos	5
Total	107

Fuente: Cámara de Comercio de Pereira

El 28% es un porcentaje bajo comparado con el 50% porcentaje en el que debería estar el departamento según el Director de Desarrollo Turístico, lo cual refleja que son pocos los establecimientos certificados o en proceso de calidad en Risaralda, esto genera retraso en la

evolución competitiva del sector y disminuye la atracción de los turistas por el destino, pues estar certificado en calidad es un reconocimiento a la excelencia en la prestación de servicios y un requerimiento actualmente. Esto es debido que los establecimientos hoteleros no tienen mucho conocimiento en gestión de calidad, lo que genera que no vean rentable en el corto plazo el beneficio económico y de imagen que les da el poseer una certificación de calidad.

En el 2010 no existían procesos de certificación de calidad en establecimientos turísticos lo que demuestra que en la región se está fomentando la certificación en las empresas del sector turismo para que éstas puedan ser más competitivas, la Secretaría de Desarrollo Turístico certifica en procesos de calidad a los establecimientos turísticos por medio de la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), actualmente están en proceso de certificación 30 prestadores entre agencias de viaje, gastronomía, de los cuales 15 son hoteles.

Variable: Planificación

- Indicador: Planes de desarrollo turístico

Este un indicador de seguimiento que permite medir el porcentaje de planificación que posee el turismo a nivel regional, la gestión que se está realizando en este sector en un determinado periodo de tiempo, mirando cómo está la región en las políticas enfocadas al desarrollo turístico.

Indice: La información para desarrollar este indicador es el No de planes de turismo en ejecución, dividido por el total de planes sectoriales en ejecución en el destino, multiplicado por 100.

Tabla 7. Planes de desarrollo Turístico

PLANES DE DESARROLLO TURISTICO		Total
Planes de turismo en ejecución	1	
Dividido		
Total de planes sectoriales en turismo en el destino	1	
multiplicado por 100		100%

Fuente: Elaboracion propia

Del total de planes sectoriales en turismo en Risaralda existe solo un plan de desarrollo turístico hasta el 2020, realizado por la Gobernación y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, sin embargo se hace visible falta de estudios en la región, e indicadores para medir la competitividad del sector turismo en el departamento. El papel del sector público es colaborar en el proceso de fortalecimiento e instauración empresarial, además incentivar y coordinar la inversión en infraestructura y la conservación de los recursos.

Plataforma de soporte turístico

Establece todos los elementos indispensables para que se constituya el producto turístico tales como infraestructura, tecnología, calidad de tecnología, materias primas, uso de los recursos enfocados especialmente al turismo.

Variable: Prestadores

- Indicador: Alojamientos certificados

Es un indicador de seguimiento que permite conocer el porcentaje de alojamientos que están certificados en la región en un determinado periodo de tiempo. Es una herramienta competitiva a

nivel internacional puesto que los turistas prefieren alojamientos que les garanticen un mejor servicio.

Indice: Se analiza con el No de alojamientos certificados de la región, dividido por el total de alojamientos del destino, multiplicado por 100.

Tabla 8. Hoteles certificados

HOTELES CERTIFICADOS		
	No de habitaciones	No de camas
Hotel Pereira Plaza	202	325
Hotel Castilla Real	24	32
Hotel Abadia plaza	50	75
Total	276	432

Fuente: Elaboracion propia

Tabla 9. Alojamientos certificados

ALOJAMIENTOS CERTIFICADOS		Total
alojamientos certificados	3	
Dividido		
Total de alojamientos del destino	26	
multiplicado por 100		

Fuente: Elaboracion propia

Para que el departamento sea más competitivo debe estar en un 50%, en estos momentos solo el 12% del total de alojamientos afiliados a COTELCO tienen certificación de calidad. El poco porcentaje de este factor genera poca captación de los turistas internacionales y nacionales, ya que poseer una certificación de calidad es una ventaja que permite la diferenciación con otros hoteles, abre nuevos mercados y mejora la imagen de estos, debido a que los turistas buscan lugares que les aseguren que su estadía va a ser satisfactoria. Por tal razón, se evidencia la necesidad de implementar estos procesos con el fin de alcanzar un mayor nivel de competitividad en el departamento.

- Indicador: Número de camas de establecimientos hoteleros

Muestra el grado de competitividad que tienen los hoteles en la región frente a las exigencias de los Turistas en materia de calidad y buen servicio, es un indicador de diagnóstico ya que analiza la gestión de calidad en los alojamientos del departamento.

Índice: Se mide según el documento de indicadores de competitividad con el No de camas disponibles en alojamientos certificados, dividido por el total de camas disponibles en el destino, multiplicado por 100.

Tabla 10. Número de camas de establecimientos hoteleros

NUMERO DE CAMAS DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS		Total
Camas disponibles en alojamientos certificados	432	
Dividido		
Camas disponibles en Pereira	1840	
multiplicado por 100		

Fuente: Elaboración propia

El porcentaje de camas en establecimientos certificados es del 23%, cifra que refleja la baja competitividad en cuanto a disponibilidad de camas en el sector, según los estimados obtenidos en la entrevista a profundidad realizada a los expertos el estimado debería estar en el 50%. Estos datos permiten establecer que la mayoría de los hoteles no tienen certificación de calidad y solo uno tiene categorización por estrellas. A través de la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) 15 hoteles han empezado su proceso de certificación con miras a ser más competitivos.

- Indicador: Establecimientos hoteleros de alta categoría

Permite conocer el grado de competitividad en el que se encuentra el departamento en materia de hotelería, ya que para la prestación de un buen servicio con excelentes estándares de calidad.

Tabla 11. Establecimientos hoteleros

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS		Total
establecimientos hoteleros de alta categoría	8	
Dividido		
Total de establecimientos hoteleros de Pereira	26	
multiplicado por 100		

Fuente: Elaboración propia

Se entiende para este trabajo hoteles de alta categoría aquellos que tengan condiciones óptimas, alta demanda de turistas y un reconocimiento en la ciudad.

El análisis estableció que de los hoteles de alta categoría, sólo 3 tienen certificación de calidad y sólo el hotel Abadía Plaza posee categorización de 5 estrellas, siendo el único en la

ciudad de Pereira. Se encontró en el análisis que el 31% de los hoteles son de alta categoría, según el estimado de el Director de Desarrollo Turístico debe estar en un 50% el cual sería un valor óptimo para la competitividad del sector porque se cubriría la demanda de ciertos turistas que buscan hoteles de alta categoría, es importante resaltar que estos hoteles se encuentran ubicados en la ciudad y es necesario mayor cobertura en todo el departamento, por lo cual faltan esfuerzos por aumentar la competitividad en la región.

El encontrar hoteles de alta categoría sin certificaciones ni categorización por estrellas, muestra la falta de creación de clúster entre la industria hotelera: no hay coordinación ni desarrollo por parte de los sectores encargados del turismo para facilitar la integración de estos con fines competitivos y de desarrollo en Risaralda.

Plataforma de sustentabilidad sociocultural

La sostenibilidad sociocultural es el control adecuado de los impactos que el desarrollo turístico produce en la comunidad en la que actúa y con la que se interrelaciona, que son a su vez, el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y los visitantes, no solo los que proceden de otros países sino también los nacionales (Turismo Nacional); éstos pueden generar también impacto.

Variable: Seguridad residentes

- Indicador: Seguridad ciudadana

Es un indicador de diagnóstico ya que permite identificar la situación social de la región frente a la delincuencia en cuestión de robo o atraco.

Índice: Se realiza con el No de denuncias al año a la policía por robo o atraco, dividido por el total de residentes, multiplicado por 100.

Tabla 12. Seguridad ciudadana

SEGURIDAD CIUDADANA 2010		Total
Número de denuncias año a la policía por robo o atraco	2.252	
Dividido		
Total residentes	925105	
multiplicado por 100		

Fuente: Elaboracion propia

Este indicador posee un análisis inverso, a medida que el valor sea más bajo mayor es la competitividad dado que entre más alto sea mayor es la delincuencia. Para el 2010 el porcentaje de denuncias realizadas por los residentes es de 0,24% lo que refleja el que en materia de seguridad la región tiene un buen nivel.

El bajo nivel delictivo de la región, es una fortaleza en materia turística, ya que el visitante busca tranquilidad y seguridad, lo cual se ve reflejado en el análisis de los indicadores de competitividad, que muestran el porcentaje de denuncias realizadas por los residentes en el año el cual es de 0,24% para el 2010, lo que indica que la seguridad en la ciudad está en un 99,76%.

Plataforma de sustentabilidad ambiental

Independientemente del tipo de turismo que haya priorizado el destino, el compromiso de realizar una gestión ambiental óptima es una condición. El turista exige esta condición aplicada en la práctica cotidiana del servicio.

- Indicador: Consumo total de agua

Este es un indicador de diagnóstico ya que permite conocer el consumo de los recursos naturales de los destinos.

Índice: Para la realización es necesario el consumo (m³) de agua de acueductos municipales dividido, por el número de habitantes más los visitantes, multiplicado por 365.

Tabla 13. Consumo de agua

CONSUMO TOTAL DE AGUA 2010		Total
Consumo en m ³ de agua de acueducto municipal	23.125.926 m ³	
Dividido		
Número de habitantes + visitantes	957.605	
multiplicado por 365		

Fuente: Elaboración propia

El consumo diario por persona incluido turistas es de 0,066 m³, y al mes es de 2 m³ menor al promedio nacional que es de 4,5 m³ por persona al mes, según las estadísticas de las Empresas Públicas de Medellín, indican que el sector posee una eficiencia del 100% en el consumo.

Sin embargo es importante resaltar que según estudios aportados al diagnóstico para Plan de Desarrollo de Pereira 2004-2007 “un incremento del consumo de agua potable del centro urbano, hace prever que tan solo en 16 años, Pereira tendría un déficit de agua para consumo humano, por el hecho de depender de una sola fuente de abastecimiento hídrico superficial, vulnerable a la ocurrencia de un evento natural y de caudal limitado aún con las medidas de protección existentes” para aumentar la competitividad a nivel ambiental en la región es necesario que las

entidades públicas realicen campañas de concientización sobre el consumo medurado de agua, y sobre la tala indiscriminada de bosque que acaba con los nacimientos de los ríos. (Fiscalía, 2007)

Tabla 14. Consumo promedio de agua por persona

USO	Litros/persona/día	m3/persona/mes
Inodoro	54	1,62
Higiene corporal	46,5	1,40
Lavado de ropa	21	0,63
Limpieza de la vivienda y otros	12	0,36
Lavado de utensilios y vajilla	10,5	0,32
Bebida y alimentación	6	0,18
TOTAL	150	4,5

Fuente: Elaboración Propia con información del DIAA

El consumo de agua se puede clasificar en usos interiores y exteriores para establecer cómo se distribuye el gasto de las personas; los usos interiores son todos los que tienen que ver con el aseo personal y las necesidades básicas, entre los exteriores se encuentran cultivos, lavado de autos, riego de jardines, entre otros, mostrando que la cantidad de agua que se gasta por persona es alta y genera tanto pérdida de competitividad como escasez de recursos para el futuro. (Jímenez & Marcela, 2007)

Con base al escalafón de competitividad de los destinos turísticos del Sistema de Indicadores de Competitividad para el turismo en Colombia se le dio un peso a los indicadores de la siguiente manera: Sustentabilidad económica 20%, Sociocultural 15%, Ambiental 17%, Gestión turística 30%, Soporte turístico 18%. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, pág. 41)

Tabla 15. Nivel de competitividad de Risaralda

Plataforma	Indicador	Medición	Promedio	Peso	P xP
Sustentabilidad Económica	Transferencia de recursos para el turismo	24%	57%	20%	1140,00%
	Ejecución presupuestal	90%			
Gestión Turística	Planes de desarrollo turístico	100%	57%	30%	1700,00%
	Sistemas de gestión de calidad	28%			
	Promoción del destino	42%			
Soporte Turístico	Alojamientos certificados	12%	22%	18%	396,00%
	Número de camas en establecimientos hoteleros	23%			
	Establecimientos hoteleros de alta categoría	31%			
Sustentabilidad Socio Cultural	Seguridad ciudadana	99,76%	99,76%	15%	1496%
Sustentabilidad Ambiental	Consumo total de agua	100%	100%	17%	1700%
SUMA/100					64%

Fuente: Elaboracion propia

5.5.1 Hallazgos

En el análisis de la información realizada al sector turismo se encontró que existen dificultades en la medición de la competitividad, debido a las diferentes unidades de medida y a la ausencia de un sistema de indicadores válido para cualquier destino turístico mundial. En el departamento de Risaralda no se manejan indicadores para medir la competitividad del sector

turismo. El sistema de medición permite detectar inconsistencias y evaluar si se cumple los objetivos propuestos con respecto a la competitividad.

Con el análisis de la plataforma de Sustentabilidad Económica se encontró que el presupuesto destinado para el turismo es muy bajo, por lo cual la inversión en desarrollo y mejoramiento de las infraestructura es limitado, lo que genera que el sector no pueda ser más competitivo. Del total de los recursos destinados en la región en inversión, el turismo sólo posee el 0,23% cifra que según el señor Orlando Valdiri Vanegas (2011): es baja y no permite que el sector tenga una evolución adecuada de la infraestructura o una promoción más eficaz, según éste el porcentaje ideal sería del 1%, valor que permitiría que el sector se desarrolle a un ritmo adecuado, además que fortalezca las herramientas turísticas que hacen más competitiva la región.

En la promoción del destino se encontró que el porcentaje destinado para éste es bueno, aunque el presupuesto es bajo, y no se poseen los recursos suficientes para hacer una correcta articulación de los elementos que generen aumento de los turistas y mayor reconocimiento como destino turístico en el país.

En la investigación realizada a los establecimientos turísticos, se encontró que estos no ven la certificación de calidad como un factor determinante en el aumento de sus ingresos según asegura el señor Orlando Valdiri Vanegas (2011): “los establecimientos turísticos no ven el beneficio a largo plazo que la certificación genera en sus negocios”. Por esto se encontró que los establecimientos turísticos no se encuentran inmersos en modelos de calidad que les brinde un reconocimiento internacional para poder ser mas competitivos a nivel mundial.

Se encontró que los alojamientos certificados en calidad son muy pocos, el porcentaje de estos es de un 11% cifra que muestra una baja competitividad en Risaralda, pues la gestión en calidad es un factor que genera una buena percepción de los establecimientos por parte de los

turistas que busquen pasar sus vacaciones en la región. Por otra parte, se conoció que se está fomentando la gestión de calidad en la región por parte del Centro de Desarrollo Turístico para colaborar con el desarrollo de los establecimientos y de la competitividad de Risaralda, logrando que sea mayor el arribo de turistas y así aumentar los ingresos de los hoteles.

Conclusiones

Es indispensable el compromiso del sector público en el desarrollo competitivo del Turismo en Risaralda, creando condiciones adecuadas tanto con políticas de inversión como con marcos legales que permitan la evolución y desarrollo del turismo. La poca inversión y compromiso del sector público en el turismo conlleva a la pérdida de fuerza competitiva en el sector, pues los recursos son insuficientes para establecer adecuadas condiciones para el desempeño de esta actividad económica.

La ciudad de Pereira se caracteriza por el turismo corporativo, debido que el comercio es un factor fundamental en la economía de la ciudad por ser el centro del eje cafetero y ser la ciudad con mayor número de visitantes del triangulo del café. Por tal razón, las políticas actuales buscan fortalecer el Ecoturismo, puesto que la región tiene grandes recursos naturales como el paisaje cultural cafetero. Por otro lado en Risaralda no existe un atractivo turístico muy marcado en comparación con el Quindío, aunque el departamento hace grandes esfuerzos para conseguir este fin, como lo es el construir el parque temático de flora y fauna, todo esto con el fin de incrementar la competitividad turística, generar empleo y la demanda agregada.

Las políticas en materia de turismo deben promover el fortalecimiento del sector a partir de planes estratégicos que permitan a las diferentes industrias o empresas turísticas trabajar en conjunto, creando cluster y así posibilitar el desarrollo competitivo del turismo en la región.

El desarrollo económico de la región, depende del compromiso que los sectores públicos tengan con los actores que inciden en el aumento de la competitividad, y la articulación de estos con el sector privado y la academia. Los gobernantes deben disponer de manera adecuada de los recursos, para hacer de estos parte productiva de la región, colaborando con la disminución de la pobreza y el desempleo en Risaralda. En el sector turismo prevalece la informalidad y la escaza

organización, ya que son pocos los establecimientos turísticos registrados en el Registro Nacional de Turismo, razón que se convierte en un limitante al llevar un control del sector.

En el análisis de los indicadores se determinó que la plataforma de soporte turístico afronta debilidades con respecto a la competitividad por tener el más bajo porcentaje (22%) en comparación con los otros factores, siendo la calidad un elemento fundamental para las regiones que quieren alcanzar un posicionamiento a nivel nacional e internacional.

Por otro lado es indispensable para el nivel de vida de la población el control delincriminal, ya que esto permite que los visitantes tengan un buen concepto de los destinos y puedan llegar con mayor tranquilidad a estos. Por esto se debe concientizar a la gente de la importancia de la denuncia a los asaltantes para asegurar el bienestar tanto de los residentes como de los turistas.

Un turista corporativo gasta tres veces más que uno recreativo, lo que refleja el futuro promisorio de esta industria que necesita tiempo para su desarrollo, pero en la cual la ciudad tiene características por ser el centro comercial del eje cafetero, dada su ubicación geográfica y a su infraestructura, así como a la oferta de servicios por marcas nacionales e internacionales, además de los diferentes centros comerciales ubicados en la ciudad.

Finalmente, se estableció que el nivel de competitividad de Risaralda es del 64%, lo que determina que la competitividad en la región es buena y que se están desarrollando políticas para fortalecer todos los factores que inciden en la competitividad.

Recomendaciones

Se sugiere crear políticas que permitan al turismo ser un generador de ingresos y puestos de trabajo, dado que la industria turística en Risaralda debe mejorar sus servicios y disponer de herramientas que le permitan competir con otros destinos turísticos, con el objetivo de posicionarse a nivel nacional e internacional, además de contribuir al desarrollo económico y social de la región. Estas deben integrar ciertos factores que inciden en la competitividad del departamento, como la infraestructura terrestre y aérea, la seguridad, las telecomunicaciones, entre otras.

Es indispensable que el sector público fomente la gestión de calidad en la región, para que por medio de asesorías los empresarios puedan implementar procesos de certificación y de esta manera garantizar la prestación de servicios turísticos. Por lo tanto se recomienda a los establecimientos turísticos obtener estas certificaciones, puesto que actualmente en el departamento son pocas las empresas certificadas, esto daría ventajas frente a la competencia y mayor posicionamiento en el sector.

Es importante fortalecer la agrupación de empresas o clúster con capacidad de integración y articulación para mejorar la participación en el mercado a nivel nacional e internacional, por medio de la oferta de un producto turístico, donde los bienes y servicios son ofrecidos por diferentes empresas que se combinan con los recursos turísticos, es decir como un conjunto de atractivos y servicios. Esto hace que el turismo desarrolle componentes tecnológicos, laborales, de mercadeo, capacitación de recurso humano, y a la vez sea generador de progreso económico, social, y cultural en la región.

Los establecimientos turísticos deben prestar un servicio innovador, dinámico, y acorde con las exigencias que demanda el mercado, implementando tecnologías de la información que

permitan atraer turistas de cualquier lugar del mundo. Por otro lado se sugiere incrementar la inversión en el sector para que se puedan desarrollar mejores estudios e investigaciones en el área de promoción, para así poder segmentar el mercado y, llegar de manera eficiente y eficaz a más turistas.

Se deben crear políticas ambientales, que permitan disminuir el consumo de agua de los residentes y la tala de bosques nativos, para que no se seque el Río Otún, ya que éste es la única fuente de recursos hídricos en los centros urbanos de Risaralda. Es importante concientizar a las personas sobre el buen uso que se le debe dar a este recurso, pues no es suficiente la disminución en el consumo, eso hace que no seamos tan competitivos previa proyección de escasez de agua a largo plazo. También es importante considerar las Inversiones en el mantenimiento de cuencas hídricas y la realización de campañas para concientizar a las personas sobre el ahorro de este recurso.

Es fundamental que el sector turismo disponga de datos claves y precisos que permitan implementar indicadores de competitividad, con el fin de evaluar el estado actual del sector y el grado de competitividad que posee este, y así responder a los cambios del entorno.

El gobierno a través del Conpes dedicado al turismo corporativo busca incentivar y apoyar a esta industria, por esta razón es importante el desarrollo de esta en ciudades con potencial como Pereira. Es importante que el estado genere condiciones que permitan un desarrollo del sector a partir de “inversiones, políticas de incentivos a la inversión extranjera y apoyo a centros de convenciones”, según la viceministra de turismo, Claudia Inés Sánchez.

Es fundamental para el turismo corporativo en la ciudad de Pereira contar con infraestructura adecuada, conectividad con otras ciudades y la creación o fortalecimiento de hoteles de cuatro y cinco estrellas. En el turismo corporativo se hace necesario el desarrollo del

destino y de atractivos turísticos que permitan impulsar el sector y posicionar a Risaralda como un destino turístico nacional e internacional.

Bibliografía

- Balcazár, P. (2005). *Investigación Cualitativa* . Toluca: Universidad Autonoma del Estado de México.
- Ballou, R. h. (1991). *Logística empresarial, control y planificación*. Madrid: Ediciones diaz de santos s.a.
- Banco de la Republica Colombia. (Enero-Junio de 2010). Transporte y Turismo. *Boletin Economico Regional* , 2-33.
- Barrero, A. (Octubre de 2006). *Slidefinder*. Recuperado el 2 de Abril de 2011, de www.slidefinder.net/p/puertobuenaventura4/961452
- Cabeza R, M. A. (s.f.). *La industria turistica busca nuevos horizontes*. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/19162/2/articulo2.pdf>
- Cabeza, M. (Julio-Diciembre de 2001). *La Logistica en la Actividad Turistica*. Recuperado el 20 de Mayo de 2010, de Sistema de información científica redalyc: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/364/36470210/36470210.html>
- Calderon H, G., & Duque C, G. (2005). *CALDERON H, Gregorio y DUQUE C, German (comp). Investigación en administración en América Latina: evolución y resultados*. Manizales: Universidad Nacional.
- Casanovas, A., & Cuatrecasas, L. (2003). *Logistica Empresarial: Gestión integral de la información y material en la empresa*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Christopher, M. (2000). *logística aspectos estratégicos*. mexico: Limusa S.A.
- Christopher, M. (1994). *Logística y aprovisionamiento*. Barcelona: Ediciones Folio S.A.
- CID, C. d. (2002). *Sistema de indicadores de competitividad departamental (SICD)*. Bogota: Universida Nacional de Colombia.

- Combariza G, J., & Aranda C, Y. (19 de febrero de 2009). *Revista Unal*. Recuperado el 12 de mayo de 2010, de <http://agronomia.unal.edu.co/adjuntos/investigacion/revista/27-1/v27n1a16.pdf>
- Cotelco. (2011). *Cotelco*. Recuperado el 10 de Mayo de 2011, de <http://www.cotelco.org/?q=node/4>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (Febrero de 2011). *DANE*. Recuperado el 20 de Marzo de 2011, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmh/bol_mmh_feb11.pdf
- Departamento Nacional de Planeacion. (Junio de 2007). *Transformacion Productiva*. Recuperado el 16 de Abril de 2011, de <http://www.transformacionproductiva.gov.co/Library/News/Files/Documento%20Risarda-Agenda%20Interna.pdf233.PDF>
- Duis, U. (2006). *Plan estrategico de desarrollo turistico frente a la comprtitividad*. Pereira.
- Fedesarrollo. (Septiembre de 2010). *COTELCO*. Recuperado el 2 de Mayo de 2011, de <http://www.cotelco.org/comunicados/2011/marzo/ESTUDIO.pdf>
- Fernandez Avila.
- Fernandez, V. R. (2003). Una mirada al desarrollo regional del turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, V (5).
- Flores, F., Calvo, J., & Edgar, I. (2004). *Cultura Politica de los Periodistas en Sucre*. La Paz: Fundación PIEB.
- Hitt, M., Hokisson, R., & Ireland, d. (1999). *Administración Estratégica: Conceptos competitividad y globalización*. (3 ed.). México: International Thomson Editores S.A.
- Jimenez Guzmán, L. F. (1986). *teoria Turistica*. Bogota: Universidad Externado de Colombia.

- Lerma, H. D. (2004). *Metodología de la investigación, propuesta anteproyecto y proyecto* (2 ed.). Ecoe editores.
- López Fernández, R. (2005). *Logística comercial, gestión comercial y marketing*. Madrid: Editorial Thompson Paraninfo.
- Mejía Navarrete, J. V. (2002). *Problemas Metodológicos de las Ciencias Sociales en el Peru*. Peru: Fondo editorial de la facultad de ciencias sociales.
- Ministerio Comercio, Industria y Turismo. (30 de Septiembre de 2008). *Mincomerci*.
Obtenido de
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/eventoshome/2008/TurismoCompeteIreneMia.pdf>
- Ministerio de Comercio, I. y. (2003). *Turismo en Colombia: Un sector de oportunidades*.
Recuperado el 28 de mayo de 2010, de Mincomercio.
http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2003/inversion/oportunidades_2003.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). *Mincomercio*. Recuperado el 2 de Mayo de 2011, de <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2003/turismonuevopais/Politicapromocion/Politicapromociondefinitiva.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Mincomercio*. Recuperado el 25 de febrero de 2011, de www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/2008/SistemaIndicadores.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Mayo de 2008). *Mincomercio*. Recuperado el 30 de Marzo de 2011, de <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2008/PlanSectoria2007-2010-2.pdf>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Mincomercio*. Recuperado el 25 de febrero de 2011, de www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/2008/SistemaIndicadores.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Mincomercio*. Recuperado el 25 de febrero de 2011, de www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/2008/SistemaIndicadores.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Diciembre de 2009). *Mincomercio*. Recuperado el 30 de Marzo de 2011, de <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2010/CompetitividadDesafio2009.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Economico. (30 de Julio de 1996). *Mincomercio*. Recuperado el 28 de febrero de 2011, de http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/turismo/Normatividad/leyes/Ley_300_1996.pdf
- Monterroso, E. (2000). *El Proceso Logístico y la Gestión de Cadena de Abastecimiento*.
- Muñoz Machado, A. (2005). *Logística y turismo*. España: Ediciones Diaz de Santos.
- Muñoz, A. (2005). *Logística y Turismo*. Buenos Aires: Ediciones Díaz de Santos.
- Norte, U. d. (2006). Pauta metodologica para presentar trabajos de Semestre de Industria P.E.T. y trabajos al interior de la D.C.A. Barranquilla.
- Parra, E., & Calero, F. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. Madrid: McGraw hill.
- Porter, M. (2003). *Ser Competitivo*. España: Ediciones Deusto.
- Proexport. (Julio de 2009). *Proexport*. Recuperado el 4 de Abril de 2010, de www.proexport.com.co/.../DocNewsNo10435DocumentNo8483.doc

- Quirós, L. D. (Mayo-Agosto de 2009). Recuperado el 13 de Abril de 2010, de <http://web.mit.edu/sheffi/www/documents/INCAE8-Entrevistainternacional.pdf>
- Restrepo Puerta, L. F. (2004). *Gestion Estrategica y Competitividad*. Bogota: Universidad Externado de Colombia.
- Romo Murillo, D., & Guillermo, A. (3 de Marzo de 2005). *CEPAL*. Recuperado el 10 de Mayo de 2011, de <http://www.eclac.cl/dmaah/noticias/paginas/1/27731/26845597.pdf>
- Sabino, C. A. (1989). *El proceso de investigación*. Bogota: El cid editor LTDA.
- Sahid, F. (1987). Logistica. *Revista escuela de Administración de negocios* , 4-72.
- Sánchez, M. (2010). *Universidad Autonoma de Bucaramanga*. Recuperado el 10 de Abril de 2011, de http://catic.unab.edu.co/memorias/Marcelino_Sanchez_Rivero.pdf
- *UNAL*. (25 de Enero de 2009). Obtenido de <http://www.agronomia.unal.edu.co/adjuntos/investigacion/revista/27-1/v27n1a16.pdf>

Apéndice

Apéndice A. Instrumento de recolección de la información utilizado.

ENTREVISTA REALIZADA A ENTIDADES GUBERNAMENTALES COMO FOMENTO AL TURISMO DE LA CIUDAD DE PEREIRA Y LA SECRETARIA DE DERARROLLO TURISTICO Y COMPETITIVIDAD DEL DEPARTAMENTO DE RISARALDA.

Esta entrevista tiene como propósito medir la competitividad del sector turismo en la ciudad de Pereira, con base a uno indicadores se busca medir los avances de cada región en este tema, tomando como base el documento de sistemas de indicadores de competitividad para el sector turismo Colombiano, realizado por el grupo de planificación y desarrollo sostenible del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Sustentabilidad Económica

Se refiere a los factores destinados a la producción turística que inciden en el desarrollo económico de la región.

1. ¿Cuál es el total de habitaciones ocupadas en lo que va del 2011, y cuáles son las proyecciones para este año?
2. ¿Cuál es el total de habitaciones disponibles en el destino, según su criterio como está la capacidad hotelera en la ciudad de Pereira?
3. ¿Cuál es el presupuesto asignado en el destino, es decir cuál es el total de recursos del sector público destinado al turismo este año en comparación con el 2010?
4. ¿Cuál es el total del presupuesto de la ciudad de Pereira?
5. ¿Cuál ha sido el recurso ejecutado en turismo este año y cuál era la proyección inicial?
6. ¿Cuál es el total de recurso presupuestado para el turismo este año?

Gestión Turística

Involucra todos los factores que permiten que el destino tenga un manejo gerencial eficiente e innovativo, cumpliendo las metas trazadas y generando beneficios para la comunidad residente. Incluye temas gerenciales, de productividad y de calidad.

7. ¿Cuántos planes de desarrollo turístico se han ejecutado este año y cuantos están presupuestados?
8. ¿Cuál es el total de planes sectoriales en ejecución en el destino?
9. ¿Cuál es la inversión pública en la ciudad de Pereira en este año, destinada a la promoción del destino según el documento “Política de competitividad, mercadeo y promoción turística de Colombia”?
10. ¿Cuál es el total de recursos para el turismo en la ciudad de Pereira destinado para apoyar las acciones turísticas definidas en el plan sectorial 2003-2006 “Turismo para un nuevo país”?
11. ¿Cuántos establecimientos turísticos están certificados en procesos de calidad, esta cifra cumple con las expectativas del sector?

Soporte Turístico

Constituye todos los elementos indispensables para que se constituya el producto turístico tales como infraestructura, tecnología, calidad de tecnología, materias primas, uso adecuado de los recursos enfocados especialmente al turismo.

12. ¿Cuántos alojamientos certificados existen en el destino, es esta cifra óptima al cumplir con la demanda de turistas?
13. ¿Cuál es el total de alojamientos del destino, es suficiente para cubrir la demanda?
14. ¿Cuál es el número de camas disponibles en alojamientos certificados, como influye esto en la demanda turística?
15. ¿Cuál es el total de camas disponibles en el destino?

16. ¿Cuántos establecimientos hoteleros hay de alta categoría, cubren estos las exigencias de los turistas?
17. ¿Cuál es el total de establecimientos hoteleros del destino?

Anexos

Anexos A. Consumo de agua del acueducto municipal

Año	Volumen Facturado m3												Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
2005	2.154.454	2.139.801	2.309.798	2.324.850	2.272.322	2.228.412	2.365.352	2.423.272	2.285.118	2.285.797	2.224.086	2.374.059	27.387.321
2006	2.223.918	2.302.381	2.223.416	2.245.022	2.305.316	2.155.815	2.144.378	2.121.478	2.152.139	2.045.756	2.035.611	2.076.344	26.031.574
2007	2.036.467	1.952.074	2.061.394	2.014.819	2.033.705	2.039.417	2.110.424	2.088.150	1.980.125	2.032.756	1.984.775	2.113.341	24.447.447
2008	1.986.319	2.009.638	2.077.974	1.982.125	2.026.709	2.013.925	2.018.043	2.049.946	1.970.723	1.960.879	1.968.136	1.983.811	24.048.228
2009	1.990.624	1.953.689	2.002.051	1.942.327	2.028.143	1.988.441	2.027.362	2.118.353	2.012.025	2.035.501	1.978.285	1.978.282	24.055.083
2010	1.941.249	2.020.285	1.972.625	1.842.073	1.898.259	1.850.799	1.980.681	1.910.857	1.908.574	1.883.873	1.949.377	1.967.274	23.125.926
2011	1.995.017	1.831.776	1.957.378										5.784.171

Fuente: Aguas y Aguas de Pereira