

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**La Alianza del Pacífico y su impacto en el sector turístico en Perú y
Colombia entre el 2014 y el 2018**

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias Políticas y
Gobierno que presenta:

Hurtado Pareja, Javier Alejandro

Asesor:

Vidarte Arévalo, Óscar

Lima, 2022

RESUMEN

En la presente investigación se analizará la contribución de la Alianza del Pacífico (AP) en los resultados del sector turismo en Perú y Colombia desde 2014 hasta el 2018. Primero, el trabajo busca determinar hasta qué punto los esquemas multilaterales como la AP pueden influir en la construcción de objetivos comunes y la mejora de resultados en el sector turismo. Esto se debe a que la AP contribuye en la difusión de buenas prácticas de gestión turística que son tomados en cuenta por los Ministerios de Comercio Exterior de ambos países: MINCETUR y MINCIT. Segundo, el aspecto innovador de este trabajo es que muestra cómo los factores internos, tales como los enfoques propios de gestión pública de Perú y Colombia, condicionan la capacidad de la Alianza del Pacífico para coordinar políticas. Por lo cual, esto explica la diferencia de los resultados positivos obtenidos por Perú y Colombia en el rubro del turismo.

Palabras clave: Alianza del Pacífico, buenas prácticas de gestión, turismo, gestión turística, política sectorial.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen	ii
Indice de Contenido	iii
Indice de tablas	iv
1. Introducción.....	1
2. Estado del arte	9
3. Planteamiento del problema, pregunta e hipótesis	14
4. Operacionalización y metodología.....	15
5. Marco teórico.....	19
5.1 sección 1: Institucionalismo liberal (keohane):	19
5.2 Enfoque de la nueva gestión pública	20
5.3 Enfoque de desarrollo integral (comercio exterior) (colombia)	21
5.4 Enfoque conservación cultural (perú).....	22
6. Influencia de la ap en la gestión pública y la promoción de la participación del sector privado en Perú y Colombia.....	23
6.1 Difusión de buenas prácticas de gestión pública promovidas por la AP	23
6.2 Promoción y participación de encuentros empresariales promovidos por la ap en materia turística.....	26
6.3 Influencia de la alianza del pacífico en la gestión turística de Colombia	29
6.4 Influencia de la alianza del pacífico en la gestión turística del Perú.....	32
6.5 Análisis comparado sobre la influencia de la AP en Perú y Colombia	34
7. Resultados del sector turismo en Perú y Colombia (2014-2018): evaluación de la mejora en calidad y promoción turística	38
7.1 Avances en calidad turística: el caso colombiano	39
7.2 Avances en la calidad turística en el sector turismo en Perú	41
7.3 Mejoras en la promoción turística en el sector turismo en Colombia	44
7.4 Mejoras en la promoción turística en el sector turismo en Perú	47
7.5 Análisis comparado de los resultados de Perú y Colombia en el sector turismo.....	50
8. Enfoques de gestión turística en Perú y Colombia ..	53
8.1. Enfoques de gestión turística	53

8.1.1.	Caso colombiano: enfoque de comercio exterior	53
8.1.2.	Caso peruano: enfoque de conservación cultural	55
8.2.	Importancia de los enfoques con respecto a las recomendaciones de la ap 58	
8.2.1.	Caso colombiano.....	58
8.2.2.	Caso peruano.....	60
8.3.	Importancia de los enfoques con respecto a los resultados obtenidos	62
8.3.1.	Caso colombiano.....	62
8.3.2.	Caso peruano.....	64
8.4.	Implementación e interpretación de los enfoques de turismo de Perú y colombia: análisis comparado.....	66
9.	Conclusiones.....	69
10.	Referencias bibliográficas	72
11.	Anexos.....	79



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable independiente.....	21
Tabla 2. Variable interviniente.....	22
Tabla 3. Variable dependiente.....	23
Tabla 4. Comparación entre el enfoque peruano y colombiano.....	62
Tabla 5. Aportes de los enfoques peruano y colombiano para la implementación de las recomendaciones de la AP	67



1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas que ha sufrido una mayor expansión en las últimas décadas, su evolución ha sido vertiginosa, pues en el año 2011 se alcanzaron los 2598 millones de turistas a nivel mundial, ascendiendo a 4372 millones en el año 2019 (OMT, 2019). Además, según las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo se espera que para 2030 se superen esas cifras (Nieto, 2016); por lo que ha sido calificado como “uno de los fenómenos económicos y sociales más destacables del siglo XX” (OMT, 2019, p. 130). Por su parte, Díaz (2020) tomando datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), señala que en el 2019 se registraron en todo el mundo más de 4372 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que representa una gran parte de la población mundial. Siendo a su vez responsable de la creación de más de 120 millones de empleos. Entre los que se destaca el incremento de empleos en los siguientes sectores laborales: hotelero, agencia de viaje transporte y ocio (Díaz, 2020).

Así, la actividad turística genera ingresos monetarios para gobiernos, empresarios y comunidades receptoras en distintas partes del mundo, ocupando el tercer puesto como categoría de exportación a nivel mundial, detrás de los combustibles y productos químicos, aunque por delante de los productos alimenticios (OMT, 2019). Asimismo, los flujos turísticos producen una redistribución espacial de la riqueza en tanto los turistas provienen de zonas más desarrolladas y realizan su gasto en zonas de menor desarrollo. Conforme a la investigación de Azcue, el turismo ha producido beneficios significativos para las personas procedentes de ingresos medio y alto. Además, un hallazgo relevante en su investigación fue la verificación que el gasto turístico beneficia a los trabajadores, independientemente de su estrato social (Azcue, 2018).

Por lo antes mencionado, la actividad turística se ha vuelto un pilar esencial para los países, en especial para los que están en vía de desarrollo como los países de América Latina, debido en gran medida porque son poseedores de una vasta cantidad de sitios históricos y naturales los cuales

representan una gran potencialidad en materia turística. En la última década, los Estados se han visto en la obligación de implementar cambios dentro de su gestión turística para poder promover el desarrollo sostenido del turismo. La referida obligatoriedad se acentuó sobre todo en los países pertenecientes a la Alianza Pacífico, a los que se les exigió la adopción de medidas de carácter internacional que coadyuven a la incorporación de normas o regulaciones que permitan a estos países optimizar sus resultados obtenidos en materia turística.

Con la creación de la Alianza del Pacífico en el 2011, los países que la conforman han tenido como prioridad desarrollar una agenda vinculada con la integración económica, dado que estos forman un esquema multilateral para tener un mayor protagonismo en la economía internacional. Esto permite que los Estados miembros problematicen acerca de la manera de cómo mejorar sus respectivas gestiones y por ende la obtención de mejores resultados en sus sectores productivos.

De esta forma, este esquema multilateral ha creado espacios de diálogo y coordinación técnica, tales como foros y cumbres empresariales entre los Ministerios de Comercio Exterior de los Estados miembros. Entre las principales iniciativas gestadas a partir de la Alianza del Pacífico destaca la creación en el año 2014 de la Dirección Técnica de Turismo. Para efectos del presente trabajo de investigación, la referida Dirección Técnica es muy relevante debido a que tiene como participantes principales a Perú y Colombia. Esta diferencia obedece a que ambos países han mostrado un mayor nivel de compromiso para establecer relaciones de cooperación técnica entre sus Ministerios de Comercio Exterior con el firme propósito de obtener mejores resultados en el sector turismo, pese a sus divergentes enfoques de gestión turística que manejan.

Desde el año 2014, Perú y Colombia han optado por tener una mayor participación en este esquema multilateral para saber cómo gestionar y promocionar de manera más eficiente el turismo. La frecuente participación de ambos países ha repercutido de manera positiva y significativa en el sector turístico peruano y colombiano (Thoene, 2017). Especialmente, se han dado estos resultados gracias a la difusión de buenas prácticas por parte de la Dirección Turística de la Alianza del Pacífico en la gestión turística en Perú y

Colombia. Gracias a ello, han podido lograr que políticas públicas se adecuen a criterios de comercio exterior, es decir, que la oferta turística que brindan estos países se acoplan a estándares internacionales, siendo estos requisitos necesarios para mejorar la demanda turística de un país (Alianza del Pacífico, 2019a). Ello ha conllevado que ambos países propongan políticas públicas que prioricen la calidad de la oferta turística, soluciones a la informalidad, mejorar sus enfoques de gestión turística para mejorar en los resultados en el sector turístico. En consecuencia, ambos países han obtenido mejores resultados en el sector turístico, no obstante, estos han sido distintos.

En el caso colombiano, se evidenciaron cambios y resultados más favorables porque el MINCIT y Pro-Colombia se rigieron por el enfoque de comercio exterior. La adopción de este modelo de gestión turística, le permitió al Estado colombiano, priorizar en su agenda pública aspectos vinculados con la calidad del servicio turístico, el cumplimiento de estándares internacionales de sus empresas vinculadas con el sector turístico. En consecuencia, gracias a la implementación de este enfoque de gestión turística, Colombia ha podido cumplir eficientemente hasta la fecha las sugerencias de gestión turística realizadas por la Dirección de Turismo de la Alianza del Pacífico. Este enfoque de gestión turística ha hecho factible que el MINCIT pueda incorporar buenas prácticas de gestión pública y participación del sector privado como ejes centrales para la promoción y el incremento de la calidad turística en Colombia (Concha-Gómez, 2016).

Por otra parte, en el caso peruano, no se obtuvieron los mismos resultados que sus pares colombianos, debido a que se adoptó los siguientes enfoques de gestión turística: enfoque cultural y enfoque de desarrollo sostenible desde el 2003 hasta la fecha. A diferencia del caso colombiano, el enfoque adoptado por el Estado peruano problematizó aún más los aspectos relacionados a la conservación cultural y protección de su patrimonio natural, esto generó que los resultados y la implementación de ciertas sugerencias logren un impacto positivo, pero con resultados inferiores a los obtenidos por el MINCIT con respecto a la calidad y promoción turística (Motta, 2017). Esto se debe a que los modelos de gestión turística que tienen las instituciones públicas del Perú no

se adecúan con todos los requerimientos de gestión que promueve la Dirección Técnica de Turismo de la Alianza del Pacífico.

De acuerdo a lo antes expuesto, la presente investigación plantea como hipótesis que, dentro del marco de la Alianza del Pacífico el impacto generado gracias a la difusión de buenas prácticas de gestión turística y las iniciativas empresariales del sector privado perteneciente al sector turismo en los países de Perú y Colombia ha tenido un saldo positivo, pero con efectos diferenciados. Esto último se dio como consecuencia de que ambos países optaron por la utilización de enfoques teóricos y prácticos diferentes a fin de lograr un mayor nivel de eficiencia de la actividad turística en sus respectivos países. De ahí que, los resultados obtenidos en materia de turismo hayan sido distintos: estos se muestran más favorables a Colombia debido a la adopción del enfoque de desarrollo integral, que se adecúa mucho mejor a los objetivos y sugerencias de la Alianza del Pacífico; a diferencia del enfoque cultural adoptado por el Perú que, si bien es cierto obtuvo efectos positivos, no fueron tan significativos como los obtenidos por Colombia.

Esta investigación se justifica por dos razones fundamentales. En primer lugar, contribuye en resaltar las dinámicas de Estados con cierta capacidad estatal para promover y mejorar el servicio turístico, el cual es una actividad económica que vincula y se está desarrollando de manera más rápida en un entorno de globalización económica, y que dicho contexto demanda a los Estados a velar por el desarrollo económico. Paralelamente, esta situación se vincula con el desafío de solucionar la informalidad, precariedad y la ausencia de una regularización eficiente en este sector económico por parte de los ministerios de comercio exterior de Perú y Colombia.

En segundo lugar, nos permite estudiar la relación entre las políticas públicas y los esquemas de integración en América y de cómo han logrado impactar de manera significativa en el ámbito turístico. Dicha situación obedece principalmente por el carácter de asunto público que se le otorga a la promoción de la actividad turística y calidad del servicio turístico; lo cual exige que los Estados coordinen dentro de un esquema de integración. Para ello, la actividad turística debe estar regulada por normas internas y a su vez ceñirse a estándares

internacionales. Es preciso señalar que, estas regulaciones y normas estatales evitan que se generen problemas que afecten la seguridad pública, tal es el caso de la trata de personas, lo cual exige una acción conjunta de los Estados para su total erradicación. Esta situación se observa muy frecuentemente en países como Perú y Colombia, debido a que el tema turístico es abordado no solo desde una perspectiva de búsqueda de políticas públicas que promocionen la actividad turística en sus países, si no que a su vez se busca que estas permitan garantizar la seguridad de los usuarios de los servicios turísticos ofrecidos.

El presente marco teórico se fundamenta en dos teorías principales que tratarán de explicar el impacto significativo que genera la Alianza del Pacífico en el sector turismo de Perú y Colombia.

Primero, se empleará el Institucionalismo de Keohane, ya que esta perspectiva teórica permite describir la influencia de esquemas multilaterales como la Alianza del Pacífico en los Estados miembros de este bloque regional como el Estado peruano y el Estado colombiano. De esta manera, empleando esta teoría como Ortiz-Ortega (2007) y Carcedo (2019), investigadores de la Alianza del Pacífico, contribuye en dar un mejor sustento de cómo este bloque regional logra tener influencia e impacto en los países que lo conforman, en especial en Perú y Colombia.

Segundo, se empleará el enfoque de la nueva gestión pública, analizado por analistas de gestión pública como Barzalay (2003) y Sánchez (2007), quienes fundamentan la manera en que los Estados buscan acomodarse y ceñirse a estándares internacionales para mejorar los resultados de su gestión. Por ello, dicho enfoque posibilita determinar de qué manera los Estados analizados en esta investigación, por un lado, puedan acoplarse con los estándares internacionales promovidos por la Alianza del Pacífico en el sector turístico. Para ello, se usará el concepto de política global, para proporcionar una explicación para sustentar cómo y por qué instituciones como MINCIT y MINCETUR se acoplan a lo dictaminado por la Alianza del Pacífico. En especial, en la adopción de las normas y regulaciones de las buenas prácticas de gestión turística, promovidas dentro de este bloque regional. También, se empleará el concepto de política sectorial, a fin de determinar por qué, pese a las

contribuciones adoptadas por Estados como Perú y Colombia, estos han obtenido resultados positivos y diferentes, ya que parten de enfoques de turismo totalmente distintos. En el caso peruano, fundamentalmente se ve con la aplicación del enfoque cultural, mientras que, en Colombia con el desarrollo de políticas de turismo, fundamentadas en un enfoque de comercio exterior.

Asimismo, se emplearán los siguientes enfoques de análisis de gestión turística: a) Enfoque de desarrollo comercio exterior (Brida et al., 2011) y b) Enfoque de conservación cultural (Orozco y Núñez, 2013). Dicha selección obedece principalmente a que estos enfoques permiten examinar y analizar las regulaciones, marco normativo que adoptan los países analizados en esta investigación. En el caso de Colombia, contribuye a determinar cómo su enfoque de comercio exterior le ha permitido acoplarse mejor a los estándares de calidad turística y buenas prácticas promovidas por la Alianza del Pacífico. En el caso peruano se empleará el enfoque de conservación cultural, esto con la finalidad de ver las particularidades de la gestión turística peruana, liderada por MINCETUR.

Para corroborar todo lo antes señalado, en esta investigación utilizaremos una metodología cualitativa, la cual es muy útil cuando se analizan pocos casos, con el objetivo de conocer a profundidad una dinámica política (Denzel y Lincoln, 2012; Goertz y Mahoney 2012). Esta selección obedece a que analizaremos sólo dos países: Colombia y Perú, ya que ambos tienen una política de promoción de industria turística con rasgos semejantes que ha sido influenciada por su participación en el esquema de cooperación de la Alianza del Pacífico. Por otro lado, dichos Estados tienen enfoques distintos de promoción turística, lo cual parece incidir en resultados diferentes. Por lo tanto, una exploración de tales países permite un análisis profundo sobre los factores específicos que determinan rendimientos diferentes de la política de turismo. Para realizar adecuadamente esa exploración, esta investigación empleará el método comparado con la finalidad de lograr lo siguiente: 1) Determinar las diferencias de la influencia de la Alianza del Pacífico en Perú y Colombia; 2) Evaluar los resultados conseguidos por Perú y Colombia en promoción y calidad turística 3)

Explicar porque los enfoques de gestión turística constituyen un factor fundamental para la diferencia de resultados en Perú y Colombia.

El desarrollo de la presente investigación estará orientado a examinar con mayor profundidad el cómo y de qué manera influye la Alianza del Pacífico en el sector turismo de los países seleccionados. Asimismo, permitirá verificar el por qué dicho impacto está condicionado por acción de factores internos, originando que en Perú y Colombia se obtengan resultados distintos en materia turística. De esta forma, la presente investigación estará organizada de la siguiente manera:

El primer capítulo está orientado a verificar cómo se establece la difusión de buenas prácticas de gestión turística y la eficacia de los diversos emprendimientos empresariales del sector privado en el sector turismo de Perú y Colombia. Para ello, se analizará la influencia de este esquema multilateral en la gestión del turismo en dichos países, dicho objetivo se logrará mediante el análisis de los marcos normativos que regulan y promueven el turismo en el contexto local e internacional. Este análisis permitirá determinar hasta qué punto sus objetivos están vinculados con las propuestas y sugerencias de la Alianza del Pacífico. Seguidamente, se realizará un análisis acerca del incremento del nivel de interacción entre el sector empresarial turístico de ambos países, a partir de sus objetivos relacionados a la evaluación de políticas y de resultados en materia de turismo.

En el caso del segundo capítulo, está orientado a explicar los resultados obtenidos en materia de turismo por parte de Perú y Colombia, a fin de determinar cómo ha evolucionado el turismo interno e internacional en Perú y Colombia desde su inserción en la Alianza del Pacífico. Posteriormente, mediante la recopilación de estadísticas oficiales y análisis documental de informes oficiales en materia turística de ambos países, se verificará el aumento de los ingresos derivados de la actividad turística desde su incorporación a la Alianza del Pacífico hasta el año 2018.

Para concluir, en el último capítulo se realizará un análisis comparado, con el propósito de detallar la influencia que genera la Alianza del Pacífico en la gestión del turismo en los países del Perú y Colombia y determinar el porqué

pese a seguir los lineamientos establecidos por este esquema multilateral, han obtenido resultados muy distintos en materia de logros relacionados a la gestión del turismo que desarrollan.



2. ESTADO DEL ARTE

La Alianza del Pacífico y su impacto en las políticas de la industria turística de Perú y Colombia desde el 2011 hasta el 2017

2.1 LA ALIANZA DEL PACÍFICO Y SU RELACIÓN CON EL INTERGUBERNAMENTALISMO

El funcionamiento de la AP corresponde un modo de cooperación intergubernamental de tipo liberal. Esto significa que la Alianza del Pacífico se describe en el desarrollo coordinado de políticas públicas y el planteamiento de un marco de acción normativo flexible (Thoene et. al, 2017). En otras palabras, la coordinación de este bloque se fundamenta en el acercamiento directo de líderes, funcionarios públicos e instituciones. A través de este acercamiento, los países comparten experiencias de buenas prácticas en políticas públicas y construyen canales de comunicación con el fin de establecer parámetros comunes entre instituciones que trabajan a favor de los fines de la integración (Valladares et al., 2019). Los intereses comunes que fundamentan y orientan la cooperación de la AP son la promoción del libre comercio, la democracia liberal y el regionalismo abierto. La AP se forma básicamente desde el punto de vista comercial donde los países se organizan y declaran su deseo de trabajar de manera conjunta eliminando barreras comerciales.

No obstante, a las convergencias dentro del bloque, algunos autores han identificado que existen miembros con mayor acercamiento bilateral, lo cual supone retos en el bloque. Visto desde la perspectiva de unificación comercial, Olano (2014, p. 143), parafraseando a Sánchez (2002, p. 49), señala que para poder avanzar en la integración de la AP es necesario excluir aquellos elementos que dificultan el proceso conjunto de todos los miembros. Desde su punto de vista, la AP necesita mitigar la reciprocidad asimétrica que hay, por ejemplo, entre Perú y Chile. Por lo tanto, propone afianzar lazos con vecinos afines, en temas específicos con mayor complementariedad. Uno de esos casos es el

sector turismo entre Perú y Colombia, países que guardan una reciente estrecha relación diplomática que facilita la cooperación técnica.

2.2 POLÍTICAS DEL SECTOR TURISMO EN PERÚ Y COLOMBIA

La innovación en el sector turismo consiste en el desarrollo de una gestión pública que involucre la participación del sector privado en la mejora de la infraestructura y los servicios (Miranda,2009). Además, implica la adopción de un enfoque integral de promoción del turismo que complemente la conservación de centros arqueológicos con la mejora de servicios de esparcimiento. Tanto en Perú como en Colombia, hasta el año 2010, existía un enfoque unidimensional de la promoción del turismo. Perú se centraba en mejorar su oferta turística a través de la conservación de sitios arqueológicos, mientras que Colombia lo hacía mejorando los servicios e infraestructura hotelera (Rodríguez, 2011). Luego del 2011, ambos países realizaron cambios en sus políticas de turismo e incrementaron sus grados de coordinación entre los Ministerios de comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) de Perú y el Ministerio de Industria Comercio y Turismo (MINCIT) de Colombia. (Motta, 2017). A partir de esos años, mejoró la calidad del servicio turístico e incrementó el número de turistas en ambos países, aunque Colombia lo ha experimentado de manera más destacada. Algunos indicadores para medir esta mejora son los siguientes: 1.- tendencia de incremento de turistas en Perú y Colombia (2011-2017), 2.- porcentaje anual de turistas, 3.- Nivel de similitud de políticas de promoción cultural entre Perú y Colombia (2011-2017). Sin embargo, cada país está haciendo lo mejor para levantar las deficiencias en su sector por lo que las denominadas cumbres donde se reúnen los principales funcionarios del sector turismo tratan de encontrar las mejores soluciones con el fin de dinamizar el turismo mediante el diseño de políticas turísticas responsables y sostenibles, basadas en instrumentos legales sólidos y consensuados y sobre todo de fácil aplicación y control.

2.3 RELEVANCIA DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO COMO TEMA DE INVESTIGACIÓN EN RRII

En el caso de la Alianza del Pacífico, de acuerdo Lallande y Vázquez (2016) surgió consecuencia de la formalización de intentos de las declaraciones oficiales cooperación entre Perú, Chile, Colombia y México. Estas trataban de mejorar la cooperación y la comercialización entre estos países, lo cual produjo la formación de este bloque regional. Para el BID y la OMC fue un esquema que se conformó para que estos países logren adaptarse a un entorno globalizado. Esto debido a que los esquemas de integración proporcionan oportunidades de desarrollo comercial y de obtener nuevos socios comerciales, los cuales logran beneficiar a las economías de países emergentes. Esto ha posibilitado que se este esquema de cooperación, de acuerdo en rankings generales entre las economías más grandes del mundo. De acuerdo con Arredondo et al. (2016) y Barsetegui (2015), esto es un éxito relativo, dado que anteriores proyectos de cooperación económica como la comunidad andina o el MERCOSUR no habían logrado mantenerse ni lograr este objetivo. Esto ha despertado investigaciones para explicar la vigencia y los desafíos que tiene este esquema de integración, dado que resulta una duda clave si se mantendrá en vigencia por más tiempo que la comunidad andina, y otros especialistas como cuestionan si podrá consolidarse como un actor regional importante en el escenario internacional.

2.4 ALIANZA DEL PACÍFICO Y SU IMPACTO EN EL SECTOR TURISMO

El último punto que revisamos consiste en el impacto de la Alianza del Pacífico y sobre el sector turismo. Primero, existen autores que han relacionado la Alianza del Pacífico y el turismo al analizar los efectos de las políticas públicas de promoción cultural entre los países miembro de este bloque. De acuerdo con Osorio y Rozo (2014) las políticas públicas culturales son la base para incrementar el turismo en América Latina, Los países afiliados, entonces, buscan promover dicha actividad económica con el fin de generar una imagen atractiva hacia el exterior. Retomando la visión de políticas públicas, según Montañez

(2016), prevalece un concepto de gestión cultural que busca relacionar las políticas públicas de manera coordinada para que se promocionen nuevos lugares turísticos de cada país afiliado a la Alianza del Pacífico. Según dicho autor, ello aumentó el turismo entre estos países, en especial, con la promoción de sitios turísticos ubicados en provincias. Por ejemplo, el caso de Bucaramanga en Colombia. Para finalizar, dentro de esta visión, según De la Cadena (2014) y Vargas (2016), se había buscado promover nuevos centros turísticos no solo por su atractivo, sino también por la calidad del servicio que podrían ofrecer las empresas vinculadas al rubro de turismo. Sin embargo, dichas políticas no se pudieron implementar coordinadamente debido a la ausencia de una articulación con los gobiernos regionales de cada uno de los países afiliados, con excepción del caso de Colombia.

Por otro lado, otros autores vinculan de forma más clara a la Alianza del Pacífico con el sector turismo desde una visión de comercio exterior. Esto porque el turismo es el sector económico que más ha tendido a crecer en los últimos años dentro del espectro de actividades de comercio exterior. Además, la literatura señala que es necesario desarrollar políticas industriales de turismo para incrementar la calidad de sus servicios, tales como el hotelería y la logística de empresas vinculadas a este sector. Pérez et al. (2016), puntualiza la necesidad de crear cadenas de valor dentro de la AP que involucren al sector turístico; es decir, fortalecer a las medianas empresas para ampliar la demanda turística entre los países miembros, y con ello mejorar la relación comercial entre dichos países. En adición, Ardila (2015) propone fortalecer políticas públicas que integren a las pequeñas y medianas empresas a este esquema de cooperación, ya que considera necesario que el sector privado independiente sea parte de políticas de comercio exterior. Estas proposiciones, implican que la actividad turística es considerada como un sector importante sobre el cual es necesario generar mayores esfuerzos de coordinación.

Por último, de acuerdo con EY (2018), el sector turismo entre Perú y Colombia tuvo un aumento gradual desde 2011 hasta el 2015, de acuerdo con (OMT, 2019 citado en Koopman, 2015). Siguiendo esta misma línea, Luna (2017) y Fernández de Soto (2017) mencionan que los resultados económicos arrojan

que Perú y Colombia fueron los países que más se beneficiaron dentro del esquema de la Alianza del Pacífico, durante el 2011 hasta el 2016. A tal punto que, en 5 años, se ha convertido en la sexta economía del mundo, de acuerdo por informes de la OMC desde el 2011 hasta el 2016.



3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, PREGUNTA E HIPÓTESIS

Tema: La Alianza del Pacífico y su impacto en el sector turismo en Perú y Colombia entre el 2011 y el 2017

Pregunta de investigación: ¿Cómo la Alianza del Pacífico influyó sobre los resultados del sector turismo en Colombia y en Perú desde 2011 hasta el 2017?

Variable dependiente: Impacto diferenciado de la Alianza del Pacífico en las políticas de turismo de Colombia y Perú. (Rendimiento, los resultados diferentes de la política de turismo).

Variable interviniente: Enfoques de políticas públicas que promueven la industria turística en Colombia y Perú. (Conceptos de turismo que manejan los ministerios de comercio exterior y turismo en ambos países).

Variable independiente: Difusión de buenas prácticas de promoción del turismo en la Alianza del Pacífico. (cooperación técnica que hubo en AP en torno al sector turismo, en qué medida hubo una coordinación entre los ministerios de Perú y Colombia).

Hipótesis:

El impacto de la Alianza del Pacífico mediante la difusión de buenas prácticas de gestión turística en los resultados del sector turismo en Perú y Colombia ha sido positivo. No obstante, estos países optaron por enfoques diferentes para entender, gestionar y regular dicha actividad económica. En consecuencia, esto contribuye en la obtención resultados en materia de turismo. A la par, que estos resultados favorezcan más a Colombia debido a que su enfoque de desarrollo integral se ajusta mejor a los objetivos y sugerencias de gestión de la Alianza del Pacífico.

4. OPERACIONALIZACIÓN Y METODOLOGÍA

4.1 PERSPECTIVA METODOLÓGICA

En esta investigación utilizaremos una metodología cualitativa, la cual es útil cuando se analizan pocos casos con el objetivo de conocer a profundidad una dinámica política (Denzel y Lincoln, 2012; Goertz y Mahoney 2012). Esta elección se debe a que analizaremos sólo dos países: Colombia y Perú, ya que ambos tienen una política de promoción de industria turística con rasgos semejantes que ha sido influenciada por su participación en el esquema de cooperación de la Alianza del Pacífico. Por otro lado, dichos Estados tienen enfoques distintos de promoción turística, lo cual parece incidir en resultados diferentes. Por lo tanto, una exploración de tales países permite un análisis comparado sobre los factores específicos que determinan rendimientos diferentes de la política de turismo. Esa comparación nos permite entender cómo la difusión de buenas prácticas propuestas por la Alianza del Pacífico puede tener un impacto diferenciado en los resultados de la gestión turística.

Tabla 1. Variable independiente

Difusión de buenas prácticas de promoción del turismo en la Alianza del Pacífico en Perú y Colombia.			
Definición Conceptual	Indicadores	Tipo de información	Estrategia de recojo de información
El impacto de la AP sobre la formulación e implementación de las políticas de turismo en Perú y Colombia.	Semejanza entre los marcos regulatorios promovidos por la Alianza del Pacífico y las políticas de turismo en Perú y Colombia.	Comparar el grado de coincidencia en los acuerdos de la AP en materia de turismo con la regulación interna de Perú y Colombia. Alta coincidencia: 1) empresariado incluido en toma decisiones de política pública, 2) enfoque de comercio exterior presente en ambos marcos regulatorios), Baja: (los empresarios no se incluyen en la política de turismo de los países, enfoques diferentes de turismo entre la propuesta de la AP y los marcos regulatorios del turismo dentro de los Estados).	Análisis documental sobre 1) marcos regulatorios de la política de turismo de los Estados y 2) acuerdos o declaraciones formales de la AP. En específico: Acuerdo Marco de la AP (2011), declaración sobre turismo. Ley 29408 Artículo 4 del sector turismo propuesto por el MINCETUR

Fuente Elaboración propia.

Tabla 2. Variable interviniente

Enfoques de gestión turística de Perú y Colombia			
Definición Conceptual	Indicadores	Tipo de información	Estrategia de recojo de información
Se emplea para determinar cómo la influencia de difusión de buenas prácticas por parte de la AP puede verse influida con el conceptos y enfoques particulares de los ministerios de comercio exterior de Perú y Colombia.	Priorización del enfoque cultural de turismo en Colombia y Perú (Centralidad de la idea de conservación arqueológica en la oferta turística de ambos países con base en sus políticas de turismo y en su publicidad internacional: Alta, Media, Baja	Evaluar la cantidad de gestores o instituciones culturales consultados por el MINCETUR y el MINDIS en la construcción de la política de turismo	Análisis documental: Evaluación del personal por parte de informes del MINCETUR y del MINDIS sobre el personal, los objetivos y lineamientos.
	Priorización del enfoque industrial de turismo en Colombia y Perú (Centralidad de lo recreativo en la	Evaluación de la oferta turística ambos países con base en sus políticas de turismo y en su publicidad	Análisis documental de las políticas de promoción turística en informes del MINCETUR Y DEL MINDIS para corroborar la participación del sector privado.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Variable dependiente

Definición Conceptual	Indicadores	Estrategia de recojo de información
Se emplea para hacer una descripción sobre el impacto de la AP en las políticas de turismo en Perú y Colombia. Esto con la finalidad de poder describir los avances en materia turística en los países seleccionados en esta investigación como consecuencia de su inserción en la AP.	1. Grado de Semejanza de los planes de evaluación de resultados de MINCIT y MINCETUR (2014 y 2020)	Emplear el análisis documental para recolectar información del ranking competitividad de la OMT en Perú y Colombia desde el 2011 hasta el 2017
	2. Grado de Semejanza de los planes de evaluación de resultados de Pro-Colombia y PromPerú (2014-2020)	Análisis de documental de los planes de evaluación de Pro-Colombia y PromPerú
	3. Grado de Semejanza de del marco normativo de MINCIT y MINCETUR (2014-2020)	Analizar documentales los planes sectoriales e Informes de MINCETUR Y MINCIT

Fuente: Elaboración propia

5. MARCO TEÓRICO

Nuestra hipótesis requiere de la demostración de dos premisas principales. Primero, que la cooperación en Organizaciones Internacionales puede influir sobre el diseño de políticas públicas al interior de los países. Segundo, que la difusión de buenas prácticas de gestión entre países cooperantes tiene efectos diferenciados según factores institucionales, teniendo en cuenta enfoques teóricos de gestión pública y de gestión turística. Al tener en cuenta estos criterios, a continuación, revisaremos la bibliografía teórica que puede servir para fundamentar nuestra hipótesis.

5.1 SECCIÓN 1: INSTITUCIONALISMO LIBERAL (KEOHANE):

Desde una perspectiva institucional, los Estados forman organizaciones internacionales para incrementar la cooperación de carácter comercial o diplomático. Para ello, un primer requisito es que los agentes involucrados en la cooperación deben establecer intereses mutuos en función de la resolución de problemas públicos (Ortega-Ortiz 2007, Carcedo 2019). Mediante la aplicación de esta perspectiva, se identifica como un pilar clave el logro de intereses comunes. Esto responde a la necesidad de resolver problemas públicos internos por parte de los Estados.

En adición, este enfoque considera fundamental la participación de actores privados en la cooperación internacional. Ello en la medida que permita la creación de canales de comunicación que disminuya la desconfianza interestatal. Para ello, esta perspectiva teórica considera los siguientes factores: la voluntad política y factores internos de las instituciones públicas de los Estados. Por ello, esta teoría considera que puede existir ciertas características de los Estados que pueden condicionar el impacto de un esquema multilateral como la alianza del pacífico. en ese sentido, las rondas empresariales como aquellas fomentadas dentro de la AP serían una actividad importante en la

creación de intereses comunes. Finalmente, también podemos utilizar el concepto de *coalición trasngubernamental* para aludir a la interrelación de funcionarios públicos de turismo generada a partir de la cooperación dentro de la AP. Es decir, desde el marco institucionalista consideramos que uno de los efectos positivos de la AP consiste en la formación de grupos de especialistas transnacionales entre Perú y Colombia.

5.2 ENFOQUE DE LA NUEVA GESTIÓN PÚBLICA

Una noción del enfoque de la nueva gestión pública que es útil para nuestra investigación es la interacción entre política sectorial y política global (Barzelay 2003; Sánchez 2007). A partir de esta óptica, la influencia de un marco institucional de carácter internacional como la AP sobre las políticas sectoriales como el turismo está intervenida por factores internos. Por ejemplo, la agenda partidista de los ministerios, los enfoques de gestión adoptados por el Estado y la priorización del sector dentro del presupuesto público (Jelin 2005; Garcé y Abelson 2006).

La *política sectorial* es un concepto empleado dentro de la gestión pública para explicar cómo los enfoques de gestión de las instituciones influyen en la implementación de las políticas públicas. En efecto, la perspectiva de las instituciones determina cómo se afrontan los problemas públicos y cuáles son los resultados de las políticas públicas (Jelin, 2005). Esto sirve para entender por qué el marco institucional de un país es un factor interviniente en la difusión de buenas prácticas a nivel global. En nuestro caso de estudio, esta óptica contribuye a reconocer la importancia de la visión de los Ministerios de Comercio exterior en Perú y Colombia. Bajo este punto de vista, la manera en que dichos grupos entienden la industria turística puede impactar en los resultados de sus políticas públicas emprendidas desde el 2011 hasta el 2017 (Arrendero-Trapero et al., 2016).

El concepto de *política global* nos facilita comprender cómo las políticas sectoriales están condicionadas por factores externos. En ese sentido, procesos

como la cooperación internacional al interior de la AP generan cambios significativos en los marcos de regulación y la formulación de políticas públicas. Esto posibilita entender el grado de influencia que ha tenido dicho Bloque Regional en la política de industria turística como una forma de amoldar a los Estados a nuevos criterios de regulación (Garcé y Abelson, 2006). Actualmente, de acuerdo con Cisneros (2018) y Pérez (2016), esto se ve más claramente en Bloque regionales, debido a que la cooperación entre los integrantes genera recomendaciones y sugerencias de políticas públicas. Entonces, los Ministerios de Comercio exterior y Turismo tienen la potestad de implementar o no nuevas regulaciones o enfoques de política pública. Tal idea es útil para comprender la relación entre AP y los ministerios analizados debido a la ausencia de una estructura burocrática en el bloque regional. Por tanto, la interacción entre AP y los ministerios depende finalmente de una decisión de gestión pública interna.

Concretamente, en este caso la AP contribuye a obtener mejores resultados en el sector turismo, tanto para Perú como para Colombia. Este concepto trata de determinar cómo la pertenencia de un bloque regional puede ser beneficioso para los países, más aún cuando estas pueden ajustarse a los objetivos de dicho bloque, los cuales están orientados a criterios de comercio exterior, ya que es la tendencia de las organizaciones supranacionales promover este tipo de estigmas.

5.3 ENFOQUE DE DESARROLLO INTEGRAL (Comercio exterior) (COLOMBIA)

El enfoque teórico de desarrollo integral es útil para comprender el caso colombiano porque postula que los Estados buscan impulsar la actividad turística como medio de desarrollo e integración en sus regiones. Además, los Estados que siguen este enfoque buscan mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos mediante una *intervención directa* e indirecta del Estado. Tales características son reflejadas por las acciones del MINDIS. Desde el enfoque integral, el Estado busca regular e intervenir en el sector turismo con la finalidad que este sector de

la economía se acomode a estándares internacionales. En específico, esta óptima implica que los Estados siguen dos objetivos generales 1) mejorar la calidad del servicio para el turismo, 2) facilitar que este sector facilite el desarrollo de un país (Brida et al.,2011; Ivanov y Webster,2013). Dentro de esta perspectiva, existen intervenciones indirectas que no buscan solamente que los actores locales y grupos empresariales participen, sino el involucramiento integral de otros actores como la ciudadanía. Esto se fundamenta en la idea de que las necesidades y problemáticas de la ciudadanía deben ser reconocidas de manera equitativa y de forma transparente para diseñar una mejor política turística. El enfoque señalado se materializa en los planes y protocolos del gobierno para promover la industria turística (Linares et al., 2014; Moreno, 2018).

5.4 ENFOQUE CONSERVACIÓN CULTURAL (PERÚ)

El enfoque turístico desde una visión sostenible busca determinar los lugares con un mayor potencial turístico por ser un atractivo natural y/o histórico. Esto debido a que esta perspectiva no opta por intentar promocionar desde el Estado central todos los sitios turísticos por un tema de limitaciones en el financiamiento, sino en delegar esa facultad a los gobiernos regionales para que opten por esas medidas (Guervara,2009; Orozco y Nuñez,2013; Martinez,2011). Así, los mejores centros turísticos reciben de manera directa un apoyo por parte del gobierno central para otorgarles facilidades de inversión para mejorar estos sitios turísticos. Esto debido a que sería financieramente insostenible para un país proveer gran parte de sus recursos a la promoción de la actividad turística. Este enfoque teórico es aplicable al caso peruano ya que, al igual que México, opta por mejorar la inversión pública. Así, Perú busca promocionar y gestionar aquellos espacios donde son reconocidos como centros turísticos internacionalmente (Blanco et al., 2020; Abarca, 2015). De esta manera, el enfoque de desarrollo sostenible coincide con la visión de gestión y los objetivos de planificación estratégica del MINCETUR.

6. INFLUENCIA DE LA AP EN LA GESTIÓN PÚBLICA Y LA PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN PERÚ Y COLOMBIA

6.1 DIFUSIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN PÚBLICA PROMOVIDAS POR LA AP

La Alianza del Pacífico (AP) ha contribuido de manera significativa en la realización de cambios en la normatividad con respecto a la regulación, promoción y evaluación del sector turismo dentro de los países que conforman este bloque regional (Alianza del Pacífico, 2020). Como consecuencia de ello, se evidencia una semejanza en los marcos regulatorios promovidos por la Alianza del Pacífico y las entidades públicas encargadas de promover el turismo en los países seleccionados para el presente estudio: MINCETUR (Perú) y MINCIT (Colombia). Esto se debe a la adopción de sugerencias con respecto a la gestión pública por parte de los ministerios ya antes mencionados. Dicho suceso ha permitido que países como Perú y Colombia tengan una normatividad que incluye aspectos promovidos por la Alianza del Pacífico en materia de gestión pública dentro del sector turístico, entre ellos podemos citar los siguientes: 1) Inclusión del empresariado en la toma de decisiones de la política pública, 2) Incorporación de mecanismos regulatorios internacionales, tal es el caso de los sellos internacionales o Certificado SABP (Alianza de Pacífico, 2019 b). Entre los años 2014 y 2018, la Dirección Técnica de Turismo de la Alianza del Pacífico ha impulsado estos cambios en los países afiliados con el objetivo de adaptar sus enfoques de turismo en base a los retos que propone el turismo internacional (mejorar la oferta e incrementar la demanda turística), a partir de adopción de buenas prácticas de gestión pública (Alianza del Pacífico, 2019a).

Siguiendo esta misma línea de ideas, la OMT (2019) establece los retos del turismo internacional: 1) Mejorar la promoción y calidad turística, 2) Mejorar las regulaciones y la incorporación de los empresarios dedicados al rubro turístico dentro de espacios multilaterales y en la agenda pública estatal. Conforme al estudio de la OMT, la mejora de la promoción y de la calidad turística

depende de manera significativa de los mecanismos regulatorios y la inclusión del sector privado en la agenda pública, ya que estos proporcionan un incremento en la mejora y promoción de servicios turísticos.

En relación a lo mencionado anteriormente, para el logro de los objetivos planteados por la OMT es necesario incorporar y realizar cambios de carácter institucional y regulatorio; es decir, adoptar buenas prácticas de gestión pública. Dentro de la literatura de la nueva gestión pública, las buenas prácticas son definidas como los cambios normativos y/o regulatorios que permiten mejoras en la gestión pública. Por ello, la Dirección Técnica de Turismo promueve el desarrollo de múltiples foros que tratan de incentivar la acogida de estas medidas por parte de los países miembros de este bloque regional para modernizar y mejorar su gestión pública en materia turística.

Desde el 2014, la Dirección Técnica de Turismo difundió la inclusión del empresariado como pilar de la gestión pública, debido a su contribución hacia el desarrollo de una gestión turística acorde a las exigencias internacionales. Para ello, la Alianza del Pacífico mediante su Programa de cambios metodológicos y regulatorios lanzado en 2014, buscaba promover la inclusión de actores privados dentro de la agenda pública como un pilar esencial, ya que su participación es indispensable para que las regulaciones formuladas contribuyan en su mejoría en aspectos como la competitividad y su rentabilidad (Alianza del Pacífico, 2019b). A fines de 2014, esta buena práctica se adoptó progresivamente entre los países miembros de este bloque regional. Su implementación permitió que funcionarios de los ministerios de comercio exterior y turismo consiguieran información útil para el avance de regulaciones más efectivas en la actividad turística. De esta manera, la gestión turística de esos países contó con la información necesaria para que los Estados pudieran tener un diagnóstico más exacto de los desafíos, problemas y limitaciones que tenían para regular y promocionar el turismo. Así, países miembros como Perú y Colombia pudieron fijar regulaciones y cambios normativos acoplados con su situación.

Desde el 2015, la Dirección Técnica de Turismo fomentó la incorporación de mecanismos regulatorios internacionales como otra buena práctica de gestión pública. Dado que, esta práctica de gestión pública permitió conseguir que el

sector privado pueda amoldarse de manera más rápida y efectiva a las exigencias del turismo internacional en temas de calidad del servicio ofrecido. Al mismo tiempo, permitió establecer una regulación efectiva e inclusiva con el sector privado, ya que permitía conocer los problemas de competitividad del empresariado dedicado al ámbito turístico. Por eso, la Dirección Técnica de Turismo fomentaba que los Estados se acojan a uno de los mecanismos regulatorios: Sellos de calidad internacional o el SABP (Certificado de buenas prácticas a empresas privadas). Los Sellos de Calidad Internacional consisten en brindar a los empresarios formales la posibilidad de acreditar que el servicio que ofrecen es de alta calidad. Esto les posibilita mejorar en temas de competitividad, a tal punto que les permite la posibilidad de relacionar con otras cadenas empresariales más prestigiosas (Alianza del Pacífico, 2019a). Por su parte, el Certificado SABP validaba la adopción de buenas prácticas empresariales y era otorgado a empresas de carácter formal e informal. Este mecanismo de regulación fue adoptado por algunos Estados que presentaban altos índices de informalidad en el sector. La promoción de estos certificados constituía una herramienta útil para los intereses de los países de la Alianza, dado que su implementación era sencilla, en comparación con las medidas sectoriales desarrolladas por los propios Estados para fiscalizar la actividad turística.

Conforme al concepto de política global de Garcé y Abelson (2006), se puede afirmar que la difusión de buenas prácticas busca que los Estados miembros prioricen los retos del turismo internacional. De esa manera, los objetivos de los ministerios de comercio exterior y turismo puedan implementar cambios institucionales o normativos enfocados en la modernización, y de esta manera lograr que los Estados desarrollen evaluaciones más flexibles y de calidad internacional. Por ello, esas evaluaciones contribuyen a que los Estados consigan mejores resultados en materia de regulación de la actividad turística. Cabe destacar la prioridad que reviste el logro de resultados en materia regulatoria, dado que este aspecto es necesario desde una perspectiva de política global para que el bloque regional consiga que sus integrantes se ajusten

a las exigencias internacionales en relación a la regulación y promoción de una actividad económica, en este caso la actividad turística.

Bajo la perspectiva de política sectorial de Jelin (2005), esta difusión de buenas prácticas se centró en conseguir que sus marcos regulatorios se ajusten no sólo a las normativas internacionales, a fin de que la actividad turística pueda desarrollarse y conseguir que el Estado colombiano y peruano se ajusten a la política global propuesta por la Dirección Técnica de la Alianza (Alianza del Pacífico, 2019a), ya que es necesario desde la perspectiva de dicha Dirección Técnica que los países miembros se ajusten a sus directrices para que puedan modernizar su modelo de gestión. De esa manera, los integrantes de este bloque regional consiguieron las herramientas necesarias no sólo para adaptarse a los objetivos promocionados por la Alianza, sino también para emplear estas herramientas en el logro de objetivos particulares fijados dentro de sus respectivos ministerios de comercio exterior y turismo.

6.2 PROMOCIÓN Y PARTICIPACIÓN DE ENCUENTROS EMPRESARIALES PROMOVIDOS POR LA AP EN MATERIA TURÍSTICA

A partir del 2014, con la creación de la Dirección Técnica de Turismo de la Alianza del Pacífico, se crearon diferentes ambientes de dialogo para tratar de mutualizar el interés empresarial y el de los ministerios de comercio exterior y turismo de los países miembros, especialmente en países como Perú y Colombia. Por ende, este escenario generó que los empresarios peruanos y colombianos tuvieran el interés por ser parte de las reuniones del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (CEAP) y foros que brindaban la oportunidad de conocer sus limitaciones en aspectos de competitividad empresarial. Además, que en los ministerios de comercio exterior y turismo de los países afiliados como MINCETUR (Perú) y MINCIT (Colombia) sean conscientes de estas necesidades de inclusión del empresariado para contar con un marco normativo más adecuado con su realidad (Alianza del Pacífico, 2019b). Evidentemente, esto permitió que los cambios sean positivos para los

empresarios, en especial su inclusión dentro de la agenda pública y reforzar su nivel competitividad.

Las interacciones iniciadas en el año 2014 fomentaron en los empresarios dedicados al rubro turístico un mayor interés en la participación de reuniones organizadas por la CEAP, realizadas desde el 2014 hasta 2018, no sólo sirvieron para lograr una mayor integración con los objetivos de la Alianza del Pacífico, sino que también fueron un espacio clave para saber cómo satisfacer la demanda internacional de turistas, dado que la Alianza brinda esta información técnica de interés tanto a empresarios como a funcionarios públicos de los países afiliados (Alianza del Pacífico, 2019). Por eso, la Dirección Técnica estableció ciertas sugerencias para incrementar la rentabilidad de sus empresas, dado que su adopción permite al sector privado amoldarse mejor a las exigencias de los turistas. Por ello, la frecuencia de estas reuniones era bastante alta por las razones antes expuestas.

Durante el periodo 2014-2018, según datos de la Dirección Técnica de Turismo, hubo una importante participación de los empresarios en la CEAP (Cumbre Empresarial de la Alianza del Pacífico), en dichas reuniones se mencionaban los beneficios de adoptar las normas de la Alianza del Pacífico. Notándose un interés por parte de una mayor cantidad de empresarios. El referido interés radicaba principalmente porque dichas reuniones permitían que los empresarios expongan sus inquietudes en torno a las regulaciones que desarrollarían los ministerios de comercio exterior y turismo. Estas interacciones entre el sector público y privado contribuían a establecer ciertas mejoras en temas de competitividad empresarial e internacionalización, es decir permitían la colaboración con otras cadenas internacionales más grandes del rubro turístico. Por lo cual, la participación de los empresarios en la CEAP era muy beneficiosa, no sólo por obtener sugerencias para la mejoría de sus negocios, sino que también permitía contar con la oportunidad de captar nuevos socios.

Otro tipo de reuniones relevantes fueron los foros de turismo promovidos por la Dirección Técnica de Turismo, los cuales permitían la interacción directa entre los funcionarios de los ministerios con los empresarios. De esta manera, se reforzaban los lineamientos acordados en las reuniones CEAP entre el sector

público y privado (Alianza del Pacífico, 2020). Estas relaciones permitieron crear un ambiente de confianza entre ambos actores. Por tanto, reforzaba el compromiso de los ministerios de comercio exterior y turismo en implementar las sugerencias de la Alianza del Pacífico, y al mismo tiempo que estas entidades públicas prioricen la participación del sector privado en el turismo. La finalidad de esto era que la Dirección Técnica lograra que los países miembros pudieran no solo interactuar con el sector privado, sino que sus interacciones contribuyeran a cambios significativos en los resultados en el sector turismo.

Desde el 2014, un aspecto destacable era la frecuencia con que se desarrollaban las reuniones (CEAP y foros). La participación del empresariado de los países afiliados era bastante alta porque se abordaban los problemas de gestión que acontecían en los ministerios de comercio exterior de los integrantes de este bloque regional. Además, se buscaba explicar a los grupos empresariales cómo y el por qué debían acogerse a los mecanismos regulatorios propuestos por la Dirección Técnica de Turismo, haciendo hincapié en el bajo costo que supondría su eficiente cumplimiento, sino que representaría una gran oportunidad para optimizar los servicios ofrecidos.

En 2015, como parte del conversatorio en los foros realizados, se problematizó la informalidad persistente dentro del sector turismo en los países afiliados a la Alianza del Pacífico. Por lo cual, se buscó el fomento del Certificado SABP, como mecanismo regulatorio, el cual representaba una gran oportunidad de formalizar los servicios ofrecidos dentro de un estándar de calidad establecido. Asimismo, otra de las ventajas en torno a este certificado, era su poca exigencia y rigurosidad al momento de implementarlo, y su vez se mostraba como una alternativa accesible para solucionar los problemas más álgidos de las empresas informales dedicadas al turismo, tales como los relacionados a la competitividad y a la certificación de calidad del servicio turístico que ofrecen. Estas ventajas incentivaron a que los grupos empresariales progresivamente vean estos foros como una oportunidad de mejorar sus empresas. En consecuencia, esto permitió que la Dirección Técnica de Turismo pueda lograr que los ministerios de comercio exterior y turismo y los grupos empresariales puedan sentir que las regulaciones propuestas estaban acorde a sus intereses.

Desde la perspectiva de la nueva gestión pública, los encuentros empresariales promovidos por la Alianza del Pacífico evidencian su interés en promover una mejor interacción del sector privado y el sector público. Debido a que representa un factor indispensable para conseguir mejores resultados en el sector turismo, a través del conocimiento por parte del sector público de las necesidades y debilidades del sector privado en el sector. Dado que, dicha actividad económica requiere la formulación e implementación de normas y regulaciones que se amolden con la realidad empresarial. De esta manera, lograr que los burócratas obtengan la información necesaria para establecer los cambios normativos y los mecanismos regulatorios pertinentes para la mejora de la gestión turística.

Bajo el concepto de política global de Barzalay (2003) y Jelin (2005), la Alianza del Pacífico consiguió establecer y fijar objetivos de carácter global, es decir objetivos enfocados en los retos internacionales en materia de interacción del sector público y privado, tales como el incremento del nivel de participación del sector privado en foros multilaterales como los de este bloque regional. De esta manera, se logró incentivar una participación importante del sector privado que contribuyó a que el sector público pueda establecer mejores regulaciones, y así mejorar la política sectorial de los ministerios de comercio exterior.

6.3 INFLUENCIA DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO EN LA GESTIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA

En el caso del MINCIT, en relación a la adopción de buenas prácticas, se evidencia que desde el 2014, la gestión pública colombiana ha priorizado la inclusión y las necesidades del sector privado dentro de la agenda pública. Esto se evidencia en su ordenamiento jurídico, a través de los siguientes documentos legales: Resolución 2349 (MINCIT, 2014b) y en el Decreto Número 2183 (MINCIT, 2014a) de 2014, dichas normativas actualmente siguen vigentes. Estas normas legales son importantes, ya que exponen y evidencian las necesidades del sector privado y coadyuvan a tener una gestión más moderna que conlleve a desarrollar una mejor gestión del turismo. La norma más destacable es el

Decreto Número 2183 (MINCIT, 2013) cuyo primer artículo puntualiza la necesidad de que la gestión colombiana en temas metodológicos y estadísticos se base en la adopción de mejores prácticas, lineamientos teóricos y metodológicos provenientes de instancias internacionales, en especial de organismos multilaterales como la Alianza del Pacífico. También, otra resolución de 2014 es referida a la creación del Comité de Capacitación y Formación Turística dentro del MINCIT, el cual en el artículo 2 señala que la formación turística debe amoldarse a las necesidades del sector empresarial. En especial, en su inclusión dentro de la agenda pública. Dicha inclusión ha facilitado al Estado colombiano a tener mejores mecanismos de fiscalización de la actividad turística.

En relación a la modernización de sus mecanismos de evaluación, el MINCIT realizó modificaciones normativas, a fin de modernizar su modelo de gestión turística. Para ello, en el 2014 el MINCIT implementó regulaciones flexibles y dinámicas con el firme propósito de acoger las medidas propuestas por la Alianza del Pacífico. Un ejemplo de ello es la creación de sellos de calidad turística a aquellas empresas que cumplieran con las regulaciones propuestas por el Estado colombiano. Evidentemente, esto permitió mejorar la fiscalización y regulación de la actividad turística, dado que se podría emplear el sello de calidad turística como una herramienta para evaluar la calidad del servicio proporcionado por el sector privado. Asimismo, permitieron la formulación de políticas públicas en los Planes de Calidad Turística del MINCIT, puntualizando la correcta inclusión y mapeo de actores del sector privado en las secciones de sitios y destinos turísticos de dichos planes. Esto ha significado en el caso colombiano una ventana de oportunidad para aprovechar estos espacios promovidos por la Alianza del Pacífico para mejorar la gestión realizada por el MINCIT.

Conforme a la teoría de la nueva gestión pública de Barzalay (2003) y Jelin (2005) se puede corroborar como la Alianza del Pacífico ha incentivado la implementación de buenas prácticas de gestión pública. Esta medida ha contribuido a modernizar el modelo de gestión colombiano conforme a los retos del turismo internacional demandado en la gestión pública. Lo cual, ha permitido

que los cambios normativos y regulatorios realizados por el MINCIT logren priorizar el desarrollo de mejores mecanismos para evaluar e incluir al sector privado dentro de la agenda pública. De esta manera, dicha entidad pública ha conseguido los elementos y las herramientas necesarias para ajustarse a las sugerencias de la Alianza del Pacífico, y al mismo tiempo fiscalizar y regular de mejor forma la actividad turística.

En relación a las reuniones empresariales en las CEAP y foros organizados por la Dirección Técnica, de acuerdo con un antiguo participante del CEAP se destaca la participación de los empresarios colombianos, ya que se enfatiza no sólo el aspecto regulatorio, sino los desafíos que tenía el sector turístico a nivel internacional. Sobre todo, cómo los empresarios asistentes de estas actividades a la AP podían adaptarse a ese entorno, ya que, usualmente, los asistentes eran empresarios formales. Esto se debe a que Colombia tenía un mayor nivel de formalización e inclusión de los actores privados dedicados al turismo. Por ello, la participación del sector empresarial colombiano era activa en las CEAP, debido a que estos cambios de normatividad beneficiarían los intereses de estos empresarios en acreditar la calidad de su servicio a nivel internacional, logrando así mayor reputación y contactos (Pinto, 2021).

Conforme a lo señalado por Pinto (2021) las reuniones en los foros de la Alianza del Pacífico fueron cada vez más relevantes para los empresarios colombianos. Esta relevancia se veía reflejada en el interés de acogerse a ciertas regulaciones promovidas por la Alianza como la adopción de sellos internacionales. Esto motivaba a que los ministerios de comercio exterior pudieran promocionar esta buena práctica, ya que se ajustaba a la necesidad que tienen los grupos empresariales en tener mejores socios, junto con una acreditación de la calidad de sus servicios. Por eso, la asistencia a estos foros era bastante alta ya que los empresarios colombianos podrían saber cómo adaptarse mejor a las posibles regulaciones que se implementarían por parte del MINCIT, esto contribuyó en mejorar significativamente la relación entre empresarios y el Ministerio de Comercio Exterior, Industria y turismo (MINCIT).

Asimismo, según la nueva gestión pública, estudiada por Barzalay (2003), refleja cómo los intereses de los Estados y grupos empresariales pueden

coincidir al momento de formar parte de una agenda pública. Por ello, el caso colombiano es más destacable, debido a la existencia de una iniciativa que consiste en concientizar a los burócratas del MINCIT y al empresariado que desee acoplarse a los estándares internacionales, en que para lograr los objetivos esperados resulta necesario que ambos participen de forma activa en estas reuniones empresariales, esto permite hacer más factible que dichos grupos puedan acogerse y someterse a los estándares de calidad fijados por el MINCIT, dado que esto les permite estar acoplados a los estándares internacionales de calidad turística, los cuales son fundamentales para que una empresa logre consolidar su reputación a nivel internacional (Pinto, 2021).

6.4 INFLUENCIA DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO EN LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL PERÚ

Con respecto a la implementación de las buenas prácticas en gestión pública, el MINCETUR emitió las siguientes resoluciones: Resolución 001 y la Resolución 141. La primera puntualiza la necesidad de considerar las necesidades del sector privado como eje central de la gestión turística desde el año 2014 hasta el 2018, actualmente va seguir vigente en los próximos años. En el caso de la segunda resolución, menciona la necesidad de acogerse al paradigma de las buenas prácticas para poder gestionar, evaluar y potenciar adecuadamente a los prestadores de servicios turísticos. Ambas se basan en las recientes modificaciones a la Ley General de Turismo, modificada y actualizada en el año 2015 (MINCETUR, 2015). Por tanto, estos cambios normativos en este ministerio evidencian la priorización del Estado peruano en modernizar su gestión, a partir de la inclusión del sector privado dentro de la gestión pública.

Dicha situación, se replica también en la inclusión de esta buena práctica de gestión dentro de la sección de promoción y evaluación de sitios turísticos se puntualiza la necesidad de dar facilidades para poder mejorar la calidad del servicio de prestadores de servicios turísticos, lo cual evidencia que el interés del MINCETUR es contar con un mejor grado de inclusión del sector privado. El interés de concretar esta inclusión se ve reflejado con los siguientes objetivos

principales del Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), 2017-2025: 1) Mejorar la oferta turística, 2) Incentivar la participación de actores del sector privado para fortalecer el turismo, 3) Mantener y mejorar la gestión de MINCETUR, a partir del enfoque cultural adoptado por el Estado peruano (MINCETUR, 2017).

Adicionalmente, el MINCETUR agregó la sección de Buenas prácticas SABP como un aspecto relevante para la gestión turística peruana, las cuales han permitido mejoras en aspectos como la formalización e inclusión empresarial. Dado que, la implementación de esta buena práctica ha contribuido en examinar la sustentabilidad de los atractivos, sitios y destinos turísticos. Esto obedece a la adopción de la sugerencia realizada por la Dirección Técnica de la Alianza del Pacífico, la cual refiere que los Estados consideren necesario incorporar un mecanismo regulatorio afín a las necesidades del turismo. Se ha evidenciado que, el empresariado peruano ha podido conseguir ciertos resultados positivos en torno a la rentabilidad y competitividad de sus negocios turísticos, a partir de su participación en foros organizados por la Dirección Técnica de Turismo (Alianza del Pacífico, 2019). Por esta razón, el empresariado peruano muestra mayor interés en obtener dicho certificado propuesto por la Dirección Técnica de Turismo. Debido a que, dichos instrumentos regulatorios les han permitido acreditar la calidad del servicio que ofrecen al público.

Conforme al concepto de política sectorial expuesto por Jelin (2005), se puede afirmar que el caso peruano evidencia la influencia de la Alianza del Pacífico en términos normativos y en la incorporación de una regulación internacional como la SABP. Por ello, el caso peruano ejemplifica cómo un Estado trata de adoptar las medidas implementadas por un esquema multilateral como la Alianza del Pacífico. Debido a que, estas medidas permitían que el Estado peruano pueda tener herramientas más eficientes para la mejoría de su gestión turística. Con ello, disponer de los elementos necesarios para contar con mejores patrones de evaluación e incorporación del sector privado informal mediante el uso de las SABP.

En relación a las reuniones empresariales en las CEAP, la participación del empresariado peruano ha sido buena, pero no tan destacable como en el

caso colombiano. Las inquietudes que manifestaban los empresarios peruanos se perfilaban más por el tema de competitividad y formalización. Esto se debe en gran medida a los bajos niveles de formalización existentes y a la reciente inclusión de los actores privados dedicados al turismo en el país. La participación del sector empresarial peruano en las reuniones CEAP fue muy activa, debido principalmente a que buscaban impulsar y concretar cambios que pudieran acreditar la calidad de su servicio a nivel internacional sin recurrir a las exigencias del sello internacional de calidad turística, dado que limitaba sus opciones. Al mismo tiempo, dichas reuniones eran vistas como una oportunidad clave para los funcionarios del MINCETUR, ya que les permitían interactuar con grupos privados formales e informales. De esa manera, lograr promover la adopción de una herramienta como la SABP, que contribuya al logro de los objetivos particulares de MINCETUR.

6.5 ANÁLISIS COMPARADO SOBRE LA INFLUENCIA DE LA AP EN PERÚ Y COLOMBIA

Con respecto, a la difusión de buenas prácticas de gestión pública, en los ministerios de comercio exterior y turismo de Perú y Colombia (MINCIT y MINCETUR) se observan ciertos cambios en su normatividad a partir de la necesidad de adecuar su gestión a ciertos estándares internacionales, para ello se debe mejorar la planeación de objetivos, con el propósito de obtener mejores resultados en el turismo. Las mejoras obtenidas se pueden constatar en la planificación y fijación de objetivos vistos en los informes de planificación del MINCIT y MINCETUR, porque, según funcionarios de ambas entidades, la inclusión del empresariado permite a ambas entidades tener objetivos claros de planificación para la mejora de la oferta turística a nivel nacional y, de tal manera, tener un mejor diagnóstico de las deficiencias del sector turístico y conocer la manera de cómo potenciarlo. La presente medida fue incluida, gracias a las sugerencias de la Alianza del Pacífico, según los informes de calidad turística MINCETUR (2017) y el Plan de Calidad Turística MINCIT (2018) de Perú y Colombia respectivamente.

En relación a lo mencionado, la influencia de la Alianza del Pacífico se ha visto manifestada en la incorporación de las siguientes evaluaciones: Sellos de calidad internacional y de las SABP desarrolladas por el MINCIT y MINCETUR. Dichas evaluaciones han posibilitado obtener mejores mecanismos de evaluación, a fin de poder regular, promover y fiscalizar más eficientemente la actividad turística en estos países, todo ello a partir de contar con una gestión pública más moderna y acorde a las nuevas exigencias que demanda la administración estatal. Concretamente, se ha podido evaluar que el MINCIT tuvo una mayor preferencia por los sellos internacionales, dado que se amoldaba mejor con las necesidades de su sector privado. Lo mismo ocurrió con el caso de MINCETUR con la incorporación de la SABP como una herramienta regulatoria que permitió a dicha institución ofrecer incentivos para la formalización de empresas dedicadas al rubro turístico.

En relación a los encuentros empresariales, se puede decir que tanto los empresarios de Perú y Colombia se han visto beneficiados por su participación en las distintas ediciones de la CEAP, ya que este espacio de reuniones entre empresarios y funcionarios de los Ministerios de Comercio Exterior de Perú y Colombia han sido fundamentales para lograr cambios significativos en la mejoría del turismo en estos países, y no sólo el caso de su inclusión en la gestión pública, sino también porque les permitió conocer nuevas oportunidades de rentabilidad favorables al interés del sector privado. Por lo cual, esto demuestra cómo la Alianza del Pacífico ha podido constituir mediante las reuniones de la CEAP ciertos mecanismos e interacciones entre entidades estatales y grupos privados, de acuerdo con lo afirmado por Abate (2020) y Pinto (2021), respectivamente. De esta manera, se logra como objetivo el desarrollo e interés en el Estado peruano y el Estado colombiano en proporcionar facilidades a los grupos empresariales en el ámbito turístico. No sólo para que sean incluidos dentro de las políticas públicas, sino para que estos puedan adecuarse a las regulaciones internacionales con el objetivo de mejorar la calidad del servicio que ofrecen al público.

El escenario descrito en el párrafo anterior, refleja cómo los foros empresariales organizados por la Alianza del Pacífico han contribuido a que el

MINCIT y MINCETUR consideren la inclusión empresarial y las buenas prácticas como pilares de una buena gestión turística. Dado que, estas entidades estatales son conscientes que para potenciar la calidad del servicio turístico es indispensable que el sector privado participe dentro de las actividades promovidas por la Alianza del Pacífico. Para que así dichas instituciones logren sus objetivos sectoriales, es decir, cumplir con los objetivos planificados dentro del CALTUR (2017) y el Plan de Calidad Turística 2018 del MINCIT. Esto refleja cómo estas entidades gubernamentales se han visto influenciadas por las iniciativas de inclusión empresarial impulsadas por la Alianza del Pacífico. La participación de actores privados permite la modernización de la gestión del MINCETUR y MINCIT quienes fijan los criterios de calidad turística.

En conclusión, se ha podido demostrar como la Alianza del Pacífico ha influenciado en Perú y Colombia. Primero, mediante la difusión de buenas prácticas de gestión pública por parte de la Dirección Técnica de Turismo de este bloque regional. Esta difusión logró que Perú y Colombia tuvieran en consideración la adopción e implementación de las buenas prácticas de gestión pública porque eran necesarias para que estos países obtuvieran las herramientas necesarias para conseguir buenos resultados en dos ámbitos importantes del sector turismo: Calidad y promoción turística (Alianza del Pacífico, 2019,a). De esta manera dichos países tuvieron facilidades para conseguir la integración del sector privado dentro de la agenda pública, ya que desde la lógica de la nueva gestión pública la implementación de buenas prácticas, en especial la incorporación regulaciones internacionales como las SABP en el caso peruano o los sellos de calidad turística en el caso colombiano.

Además, que en ambos países en el ámbito normativo se priorizó la incorporación del sector privado dentro de la agenda pública (Alianza del Pacífico, 2019b). Esto demuestra el interés de los ministerios de comercio exterior y turismo de Perú y Colombia en tener como base las recomendaciones para la transformación y los cambios de gestión turística emprendidos desde 2014 hasta el 2018.

Otro aspecto relevante a destacar es el siguiente: La participación de los ministerios de comercio exterior de Perú y Colombia junto con los empresarios

de esos países dentro de las actividades organizadas por la Dirección Técnica de Turismo. Conforme a la lógica de la política global, este aspecto refleja como un Bloque regional como la Alianza del Pacífico mediante la construcción de espacios y reuniones puede contribuir en forjar buenas relaciones entre el sector privado y los ministerios de comercio exterior y turismo de los países ya mencionados. Dado que, estas reuniones pudieron facilitar una interacción fructífera para ambos sectores, lo cual permitió lograr los siguiente objetivos:

- 1) Acordar marcos regulatorios flexibles para el sector privado
- 2) Conseguir que los empresarios del sector turismo tuvieran nuevos socios comerciales
- 3) Determinar los problemas de competitividad del sector privado en Colombia y Perú (Alianza del Pacífico, 2019 a).

Por tanto, se puede decir que en este ámbito también hubo una influencia positiva a Perú y Colombia, dado que como se mencionó en la sección 2 referida a la participación en las reuniones de la AP por parte del empresariado peruano y colombiano. Se pudo destacar el gran interés de estos empresarios en participar en las reuniones organizadas por la Alianza del Pacífico para lograr cumplir sus objetivos particulares que se pueden sintetizar en dos: Conseguir socios comerciales y aumentar su reputación internacional mediante la aceptación de las sugerencias promocionadas en esas reuniones organizadas por la Dirección Técnica de Turismo de la Alianza del Pacífico.

7. RESULTADOS DEL SECTOR TURISMO EN PERÚ Y COLOMBIA (2014-2018): EVALUACION DE LA MEJORA EN CALIDAD Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

La calidad turística es un criterio de evaluación que hace referencia a la calidad del servicio ofrecido por entidades privadas como agencias de viajes y de ocio vinculadas dentro del sector turismo. Asimismo, dentro de la literatura de turismo, encontramos que la calidad turística refiere también al cómo y hasta qué punto las entidades privadas se someten a las regulaciones impuestas por el Estado. Dicha situación obedece a que, estas regulaciones contribuyen a que las empresas cumplan plenamente con las expectativas de los turistas.

Por lo antes mencionado, la evaluación de la calidad turística representa un punto clave para el análisis y el contraste de resultados obtenidos en realidades distintas. En la presente investigación se usarán dos indicadores esenciales para evaluar la calidad turística: 1) Nivel de calidad del servicio en agencias de viajes y hospedaje. 2) Número de empresas sometidas a alguna regulación internacional. Estos indicadores son parámetros adecuados, desde la perspectiva metodológica del turismo, a fin de determinar los avances logrados y las limitaciones que presentan los Estados frente a la mejora de la calidad de los servicios turísticos que ofrecen a nivel nacional e internacional (Osorio, 2016).

La promoción turística representa otro criterio de evaluación de resultados del sector turismo a partir del análisis y evaluación de la actividad promocional de sitios turísticos históricos, culturales o naturales por parte del sector público con colaboración del sector privado. Usualmente, este criterio de evaluación turística permite determinar la capacidad que poseen los Estados para promover la actividad turística, debido a que no sólo es necesario contar con óptimos servicios, sino que los sitios turísticos deben contar con la visibilidad necesaria con el propósito de albergar mayor cantidad de turistas. Principalmente, los indicadores que se emplean para realizar comparaciones entre dos o más países considerando este criterio de evaluación son los siguientes: 1) Nivel de publicidad turística para la promoción de sitios recreativos. 2) Nivel de publicidad

turística para la promoción de sitios históricos y culturales. Dado que, estos indicadores contribuyen a examinar la manera en que vienen desarrollando los Estados en colaboración con el sector privado la promoción de los sitios turísticos con los que cuenta el país. (García, 2007)

7.1 AVANCES EN CALIDAD TURÍSTICA: EL CASO COLOMBIANO

Los avances en materia de calidad turística en Colombia han sido notables. Esto obedece principalmente al crecimiento del número de empresas dedicadas al turismo y al incremento de su nivel de calidad de servicio, a partir de su sometimiento a alguna regulación internacional.

En relación al incremento del nivel de calidad de servicio por parte de las agencias de viajes, resulta destacable la manera en que el empresariado colombiano ha podido ofrecer un mejor servicio turístico, a tal punto de obtener el reconocimiento de turistas nacionales e internacionales. Debido a que el servicio proporcionado por las agencias de viajes ha mejorado de manera significativa y sostenidamente.

De acuerdo al Informe de Evaluación del Turismo en América Latina, Colombia ha logrado que la mayoría de sus agencias de viajes cuenten con una calificación “A” en materia de calidad de servicio turístico, dicha calificación avala la calidad de la agencia de viaje y en los servicios conexos que esta ofrece, tales como guiado, traslado y cada uno de los requerimientos que demande el cliente (OMT, 2019). Dicha calificación positiva se repite en otras entidades evaluadoras de calidad turística tales como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Observatorio de Turismo de Colombia (OT), este último destaca en su informe denominado “Calidad de Turismo en América Latina” el aumento del nivel de calidad de los servicios turísticos ofrecidos por las agencias de viaje colombianas. Asimismo, dicho informe puntualiza que el principal factor que desencadenó esta considerable mejora en la calidad, obedece a que desde el 2014 su adaptación mejoró en relación a las exigencias de los turistas mediante el ofrecimiento de un buen servicio.

En relación al sector hotelero, se evidencia una mejoría significativa en la calidad del servicio ofrecido, dicha mejoría ha sido reconocida por importantes entidades que regulan y evalúan la calidad de la actividad turística a nivel internacional, tales como la OMT y el OT. Hoy en día, el servicio hotelero ha considerado la necesidad de mejorar significativamente la calidad de sus servicios, a fin de obtener un mayor índice de clientela, a partir de dotarlos de un incentivo efectivo que garantice el retorno de turistas nacionales y extranjeros para visitar la amplia gama de sitios turísticos que ofrece Colombia.

Con respecto al incremento de empresas que se sometieron a una regulación internacional. Se puede verificar que por cada 100 empresas turísticas colombianas 70 de estas se encuentran debidamente certificadas internacionalmente, lo cual refleja una mejora significativa para el turismo de ese país, manteniéndose esta tendencia positiva hasta el 2018. Cabe señalar que, antes del 2014, conforme a lo señalado por el registro de evaluación del MINCIT, en el Plan de Calidad Turística se tenía sólo a 20 empresas certificadas por año hasta el 2013, lo cual denota una mejora significativa del turismo en Colombia, gracias al impulso de estas certificaciones por parte de Estado, las cuales a su vez, han permitido que muchos empresarios, especialmente los dedicados al rubro hotelero y de las agencias de viaje, puedan acreditar la calidad de sus servicios, permitiendo así vincularse con otras agencias de mayor renombre y prestigio, logrando en muchos casos la formación de sociedades comerciales (MINCIT, 2018a).

Desde la óptica de la nueva gestión pública, los diagnósticos presentados anteriormente evidencian una mejora considerable por parte de las agencias de viaje y empresas hoteleras colombianas, debido en gran medida a la aceptación de ciertas medidas propuestas por el Estado colombiano para el logro de dicho fin. La aceptación por parte del sector privado ha contribuido en conseguir que dichas agencias de viaje puedan contar con un servicio estandarizado y dentro de las exigencias que demanda el mercado internacional en materia turística, lo que ha conllevado a una mejoría considerable del nivel de calidad del servicio que ofrecen al público, y también acreditar su estándar de calidad que ostentan.

7.2 AVANCES EN LA CALIDAD TURÍSTICA EN EL SECTOR TURISMO EN PERÚ

Los avances en la calidad turística en Perú han sido buenos, sin embargo, se muestran inferiores a los obtenidos por Colombia. El referido incremento no ha sido del todo significativo pese a que se incrementó el número de empresas dedicadas al rubro del turismo y pese a que estas han elevado sus estándares de calidad con respecto al servicio que ofrecen. También, se pudo evidenciar un aumento del número de empresas privadas dedicadas al rubro turismo sometidas a una regulación internacional, sin embargo dicho incremento no habría sido suficiente para igualar los resultados obtenidos en materia de calidad turística por sus pares colombianos.

En relación a la calidad de servicio brindado por las agencias de viajes peruanas, el Informe de Evaluación del Turismo en América Latina, señala que la gran mayoría de las agencias de turismo en el Perú han conseguido una calificación “B” en materia de calidad de servicio turístico, lo cual denota una calificación regular en relación a la certificación de las actividades de las agencias de viajes en nuestro país y de los servicios conexos que ofrecen, tales como el servicio de guiado, traslado y satisfacción de cada uno de los requerimientos demandados por los clientes (BADATUR, 2018). Otras entidades internacionales encargadas de evaluar la calidad turística proveída por las empresas dedicadas al rubro turismo, tales como el Observatorio Internacional de Turismo de la OMT, quien en su informe acerca de la calidad del turismo en América Latina, destaca el aumento del nivel de calidad de los servicios turísticos ofrecidos por las agencias de viajes peruanas, sin embargo añade de manera explícita que es muy necesario que estas empresas adopten las medidas e implementen las sugerencias realizadas por las entidades competentes, a fin de lograr superar su actual certificación (B: regular). Asimismo, en dicho informe se puntualiza que la calificación otorgada a las agencias de viajes peruanas se encuentra debidamente justificada, debido en gran medida por evidenciar de manera recurrente problemas como la informalidad empresarial y la

permanencia de empresas turísticas sin certificados internacionales que garanticen un nivel óptimo de calidad en los servicios ofrecidos.

Con respecto al nivel de calidad del servicio en el sector hotelero peruano, se evidencia una mejoría significativa, la cual es reconocida por entidades internacionales encargadas de evaluar la calidad en el sector turismo. Esta mejora responde principalmente a que, el servicio hotelero peruano ha tomado verdadera conciencia en torno a la prioritaria necesidad de optimizar la calidad de sus servicios, a fin de mejorar sus índices en relación a la captación de nuevos clientes, brindándoles una experiencia satisfactoria, con un valor agregado que permita conseguir incentivarlos para su pronto retorno y seguir fomentando la visita de los atractivos turísticos con los que cuenta el Perú.

Según el Informe de Evaluación del Turismo en América Latina (2014-2018), el Perú cuenta con la calificación “B” con respecto a la calidad de servicio de sus agencias de viaje, dicha calificación denota un nivel regular del servicio ofrecido por estas empresas turísticas y de todos aquellos servicios conexos que ofrece, tales como el servicio de guiado, traslado y satisfacción de todos aquellos requerimientos que demanda el cliente de la agencia de viajes. Desde el año 2015 hasta el 2018, la referida calificación “B” obtenida por la calidad de servicio ofrecida por las agencias de viajes peruanas, fue reafirmada por otras entidades evaluadoras de calidad turística en el contexto internacional y nacional, tales como la OMT y el observatorio de turismo del Perú (BADATUR) respectivamente. La OMT en su informe de turismo en América Latina destaca el intento del Perú por mejorar la calidad del servicio hotelero, sin embargo también refiere que estos esfuerzos aún no son suficientes para que los servicios de estas empresas logren un incremento significativo que les permita una mejor adaptabilidad frente a las exigencias de los turistas, a través del ofrecimiento de un servicio que cumpla con los altos estándares de calidad en materia turística. (OMT, 2019)

Con respecto al incremento de empresas que ostentan una regulación internacional en materia turística. Se pudo verificar que por cada 100 empresas turísticas peruanas, sólo 40 de ellas ostentan la certificación SABP, el cual avala su calidad de servicio. Dicho panorama refleja una mejora significativa del turismo en Perú, manteniéndose esta tendencia hasta el año 2018.

Siguiendo esta misma línea de ideas, es importante señalar que antes del año 2014, según datos contenidos en el Plan de Calidad Turística (CALTUR), en el Perú, por cada 100 empresas turísticas, sólo 10 de estas se encontraban debidamente certificadas hasta el año 2013, lo cual denota una mejora significativa gracias al impulso de estas certificaciones por parte del Estado y el sector privado turístico peruano, las cuales han permitido incrementar sus oportunidades de negocio a muchos empresarios peruano, especialmente a los que desarrollan sus actividades de manera informal. Ante los hechos antes expuestos, resulta evidente que los empresarios turísticos peruanos aún mantienen serios problemas para justificar y acreditar la calidad de sus servicios ofrecido, ocasionando de esta manera la pérdida de oportunidades claras y concretas para conseguir nuevos socios estratégicos comerciales.

Los diagnósticos presentados anteriormente apuntan el logro de ciertos avances por parte las agencias de viaje y empresas hoteleras en el Perú, gracias a la aceptación de ciertas medidas propuestas por el Estado peruano, tales como la implementación de Buenas prácticas y la obtención de un certificado internacional como el SABP. La referida aceptación de estas medidas ha permitido al sector privado lograr tener un servicio estandarizado y debidamente alineado con las exigencias internacionales que a su vez le otorgue el reconocimiento en ese contexto. Dicha situación ha permitido mejorar la calidad del servicio ofrecido al público y a su vez acreditar su nivel de calidad que ostentan sus servicios. Algunos autores como Abate, coinciden en señalar que los logros obtenidos en materia turística por parte de las empresas dedicadas a este rubro, obedece en gran medida a una buena dotación de medidas para la optimización del nivel de calidad de los servicios turísticos por parte del Estado peruano y la efectiva aceptación del empresariado para su correcta implementación en sus respectivas gestiones, con el firme propósito de incrementar sostenidamente sus estándares de calidad en los servicios ofrecidos a los turistas.

7.3 MEJORAS EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN EL SECTOR TURISMO EN COLOMBIA

Con respecto al nivel de promoción de sitios turísticos recreativos, son destacables los resultados conseguidos por Colombia durante el periodo 2014 - 2018, en donde ostenta un nivel alto en torno a promoción turística en el país.

El alto nivel de promoción turística de Colombia, puede constatarse a través de la gran capacidad que tiene el país para promocionar los sitios turísticos recreativos a lo largo de sus diferentes provincias. Según datos contenidos en el informe del Plan de Calidad Turística de Colombia, dicha situación representaba una tarea pendiente antes del año 2014 y que requería urgente atención por parte del Estado colombiano y el empresariado del sector. Para evidenciar el alto nivel de promoción turística que ostenta Colombia, nos remitimos a las siguientes cifras: Durante el período 2014 – 2018 se han promocionado un total de 200 nuevos sitios turísticos recreativos a nivel nacional (MINCIT, 2018a). Dichos resultados denotan un crecimiento bastante alto en comparación a los obtenidos en años anteriores a este período, sólo basta revisar las estadísticas anteriores al 2014. Por ejemplo, según datos proporcionados por FONOTUR Colombia, durante el período 2005 – 2013, sólo se habían promocionado 50 nuevos sitios turísticos recreativos. Ante esto, podemos evidenciar un crecimiento considerable entre estos períodos. A modo de complementar lo antes expuesto, es destacable el incremento significativo de la promoción turística en las provincias de Cartagena y Medellín, las cuales muestran estadísticas muy significativas y por encima de las obtenidas por otras provincias del país. Este crecimiento diferenciado obedece fundamentalmente a que en ambas provincias durante el periodo 2014 - 2018, se promocionaron alrededor de 50 nuevos sitios turísticos recreativos, lo cual representaba un cambio positivo y considerable, puesto que desde el año 2005 hasta el 2013, sólo se promocionaron 10 de estos sitios (MINCIT, 2018b).

Conforme a lo señalado por un ex funcionario de Pro-Colombia, los resultados obtenidos en materia de promoción turística durante el período 2014

– 2018, es producto de una mejora sustancial en la capacidad de gestión de Estado Colombiano, específicamente en su rol de promotor de la actividad turística en el país. Cabe señalar que antes de este período existían numerosas dificultades que obedecían principalmente a que la mejora del turismo no era un tema prioritario en la agenda gubernamental y pese a emprendimientos desde el sector privado, estos resultaban ser insuficientes, frente a la problemática acontecida en el país en materia turística. Por ese motivo, desde el año 2014, se emprendieron nuevas medidas y cambios de gestión que permitieron a las entidades estatales como es el caso de ProColombia tener un rol más activo y con mayor protagonismo en la promoción de nuevos sitios turísticos y de esta forma aprovechar al máximo su enorme potencial que poseen sus sitios turísticos recreativos a lo largo de todo el país.

En lo que concierne al nivel de promoción de sitios turísticos históricos y culturales, los resultados obtenidos por Colombia durante el período 2014 – 2018 no fueron del todo satisfactorios, evidenciando un nivel de promoción turística bajo en relación a la actividad promocional de otros sitios turísticos.

Este resultado puede corroborarse según los datos contenidos en el informe del Plan de Calidad Turística de Colombia en donde se evidencia una baja capacidad de promocionar sitios culturales e históricos a nivel nacional durante el año 2014. Dicha situación se reafirma en un incremento de la promoción turística de apenas 30 nuevos sitios turísticos históricos y culturales durante el período comprendido por los años 2014 y 2018. Según el informe de Estrategia de Turismo FONOTUR Colombia, dichas cifras representan una baja sensible en la actividad promocional del Estado frente a este tipo de sitios turísticos (MINCIT 2018). En el contexto nacional, durante el periodo 2014 - 2018, se promocionaron un total de 15 sitios culturales e históricos. Mientras que, dentro de la capital colombiana, sólo se logró promocionar 15 sitios históricos. Estas cifras nos evidencian el bajo rendimiento que tiene Colombia en promoción turística de sitios históricos y culturales en relación a otros países de la región, como es el caso de Chile y Perú, sin embargo esta diferencia obedecería a que ambos países lo superan en dos y tres veces más en el número de sitios culturales e históricos (Alianza del Pacífico, 2019b; OMT, 2019; MINCIT, 2018b).

Conforme a lo señalado por un ex funcionario de Pro-Colombia, los bajos niveles obtenidos por Colombia con respecto a la promoción turística de sitios históricos y culturales, evidencia que el Estado colombiano sólo ha priorizado el incremento promocional de sitios turísticos recreativos. Lo cual refleja los enormes desafíos que tiene la gestión colombiana en este rubro. Considerando que, la promoción turística de un país exige potenciar los sitios recreativos y culturales, logrando la potenciación de ambos se contribuye a la diversificación de la oferta turística que posee el país y de esta manera brindar mayores alternativas que puedan satisfacer los cambiantes intereses de los turistas hoy en día.

Desde el concepto de política sectorial de Jelin (2005), podemos concluir que ProColombia ha obtenido resultados óptimos a partir del reforzamiento y potenciación del enfoque empleado por el Estado colombiano en materia de promoción turística. Además, otro aspecto destacable es que esto ha significado una mejoría en los temas de carácter publicitario para este país, ya que, gracias a esto, muchos sitios turísticos colombianos cuentan con una mayor promoción. Así, conseguir objetivos claves como la internacionalización de sitios turísticos a nivel local, representan actualmente un objetivo central para Colombia en materia turística. Ese escenario ha permitido que este país haya logrado cambios significativos en su modelo de gestión, permitiendo que ProColombia consiga resultados positivos en la promoción de sitios turísticos recreativos, debido principalmente a que estos sitios cuentan con un alto potencial para el incremento de arribos de turistas al país, como ya se señaló anteriormente.

Sin embargo, cabe señalar que Colombia no ha podido lograr objetivos de política sectorial en la promoción de sitios turísticos culturales, debido fundamentalmente a que la gestión colombiana no ha focalizado su gestión en este rubro. Por ello, se puede concluir que ProColombia no ha contribuido de manera significativa en la promoción turística de los sitios culturales e históricos de su país. Por ello, se demuestra la existencia de deficiencias en la gestión colombiana en relación a promoción turística.

7.4 MEJORAS EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN EL SECTOR TURISMO EN PERÚ

Con respecto al nivel de promoción de sitios turísticos recreativos. Los resultados conseguidos por PromPerú durante el período comprendido entre los años 2014 y 2018 no han sido muy alentadores, puesto que, el nivel de promoción turística de estos sitios fue bastante bajo.

Según el informe del Plan de Calidad Turística del Perú, el bajo nivel de promoción obedece en gran medida a la falta de capacidad para promocionar sitios turísticos recreativos en las provincias del país, lo cual ha sido una tarea pendiente antes del 2014. Dicha situación se evidencia en el aumento de promoción de 20 nuevos sitios turísticos recreativos a nivel nacional durante el período 2014 – 2018, lo cual resulta bastante alentadores frente resultados obtenidos antes del año 2014, prueba de ello es que, durante el período 2005 – 2013, no se promocionó ningún sitio turístico en el país, según datos del informe de estadísticas y datos de turismo de PromPerú (MINCETUR, 2018b).

A modo de complementar la información antes señalada, se destaca el incremento de la promoción turística en dos regiones con alto potencial turístico en Perú: Cusco y Arequipa. Debido a que, en ambas provincias, durante el periodo 2014 - 2018, se promocionaron 10 nuevos sitios recreativos, lo cual reflejó un cambio positivo, debido a que desde el año 2005 hasta el 2013, no se promocionó ningún nuevo sitio turístico recreativo por parte de PromPerú (MINCETUR, 2018b). Dicha situación, también se replica en el resto de regiones del Perú. Ante ello, Abate (2020) señala que de acuerdo al informe de CALTUR del MINCETUR, se estima que la nulidad de resultados en la promoción de sitios turísticos recreativos se debe fundamentalmente a que PromPerú no realizó una correcta gestión y no aplicó el enfoque adecuado en este rubro.

Los resultados obtenidos durante el período 2014 - 2018 en materia de promoción turística reflejan la manera en que el Estado peruano ha mejorado ligeramente su capacidad de gestión, y de manera especial en su rol de promotor turístico de los sitios turísticos del país, la incipiente mejora obedece a que los

resultados en este rubro fueron mínimos y poco o nada significativos. Por este motivo, desde el año 2014, se realizaron una serie de emprendimientos relacionados con medidas y cambios en la gestión, a fin de lograr que entidades como PromPerú tuvieran un rol más activo en la promoción de sitios turísticos en el país (Abate, 2020).

El nivel de promoción de sitios turísticos históricos y culturales evidenció un nivel regular, de acuerdo a los resultados obtenidos por PromPerú durante el período de tiempo comprendido por los años 2014 y 2018.

Los irregulares resultados obtenidos por PromPerú en materia de promoción turística permiten corroborar la poca capacidad de las entidades estatales en relación al desarrollo de actividades que coadyuven a promocionar de manera efectiva los sitios culturales e históricos a nivel nacional. Conforme a lo señalado por el informe CALTUR, durante el período 2014 – 2018, se evidenció un incremento de 80 nuevos sitios turísticos a nivel nacional

Este resultado se pudo constatar en la baja capacidad de promocionar sitios culturales e históricos a nivel nacional del 2014, conforme al informe del Plan de Calidad Turística de Colombia. Para mostrar esto, se mostrarán las siguientes cifras: un aumento de promoción de 80 nuevos sitios turísticos a nivel nacional durante el período 2014 - 2018 (MINCETUR, 2017). Mientras tanto, durante este mismo período en el resto del país se promocionaron sólo alrededor de 15 sitios culturales e históricos. En tanto, dentro de la capital, sólo se logró promocionar 15 sitios históricos. Estas cifras nos evidencian el bajo rendimiento que tiene el Perú en promoción turística en comparación con los resultados obtenidos por otros países de la región como el caso chileno y colombiano, teniendo estos países menores recursos turísticos que el nuestro (Alianza del Pacífico, 2019b; OMT, 2019; MINCETUR, 2017).

El aumento de la promoción turística de sólo sitios históricos y culturales en el Perú, demuestra que el Estado peruano sólo ha priorizado de manera sesgada la verdadera necesidad de promoción turística que demandan los sitios turísticos en nuestro país, además evidencia la falta de una estrategia de promoción integral que permita cubrir los requerimientos de promoción a todo nivel, sin dejar ningún aspecto al azar. Dicha situación refleja los desafíos que

tiene la gestión turística en el Perú, y el largo camino que aún le resta para lograr propuesta integral en torno a la promoción turística en el Perú y que genere los impactos esperados para todos los agentes involucrados en esta actividad económica. Ante esta situación, cabe indicar que PromPerú pese a sus continuos cambios de gestión, no ha considerado como prioritario el aumento de la oferta turística de sitios culturales e históricos, puesto que sus iniciativas más significativas estaban orientadas a la promoción de sitios turísticos recreativos, por considerarlas de mayor impacto en la economía del país.

Podemos concluir que, en líneas generales el trabajo realizado por PromPerú ha producido buenos resultados, mediante el reforzamiento y potenciación de su enfoque utilizado en materia de promoción turística. Además, otro aspecto destacable en la gestión de la promoción turística peruana, lo representa el carácter publicitario y como ha mejorado este aspecto a partir de la adopción de medidas más eficaces en torno a la promoción de sitios turísticos en el país, permitiendo de esta manera que muchos lugares con potencial turístico se tornen una realidad y a las que ya son una realidad lograr que se maximice su promoción y lograr su internacionalización. Este escenario ha permitido que el Perú haya logrado cambios significativos en su modelo de gestión turística, permitiendo que PromPerú obtenga buenos resultados en relación a la promoción turística de sitios culturales e históricos.

Sin embargo, un aspecto a destacar es que la evidencia ha demostrado que el Perú no ha podido conseguir objetivos en política sectorial en la promoción de sitios turísticos culturales, dado que la gestión emprendida por PromPerú no ha focalizado correctamente sus esfuerzos en este rubro. Por ello, se puede concluir que PromPerú no ha contribuido en la promoción turística de sitios recreativos de nuestro país, limitando así la oferta turística, es decir, los sitios que se ofrecen al público para aumentar la cantidad de turistas. Por eso, se demuestra los defectos de la gestión peruana en el rubro de promoción turística.

7.5 ANÁLISIS COMPARADO DE LOS RESULTADOS DE PERÚ Y COLOMBIA EN EL SECTOR TURISMO

En relación a la calidad turística, en el caso colombiano se puede destacar los resultados positivos obtenidos en materia de calidad del servicio en relación a sus agencias de viajes y empresas del sector hotelero. Lo cual, ha contribuido en que el sector privado haya conseguido mejoras significativas en la calidad del servicio ofrecido al público. Evidentemente, esto ha facilitado a las agencias de viaje y hospedaje el poder contar con las herramientas necesarias para satisfacer eficientemente las necesidades de los turistas, mediante una mejora sustancial de la calidad del servicio ofrecido. Otro aspecto destacable del análisis de los resultados de Colombia es el aumento de sitios turísticos con sellos de calidad internacional, lo cual ha permitido reforzar e incrementar la calidad turística en ese país.

Por otra parte, el caso peruano ha demostrado mejorías en temas como el aumento de la calidad del servicio en agencias de viajes y hospedaje. Esto ha significado avances en los resultados del sector turismo en torno a temas de calidad turística. Por tanto, se ha podido determinar los buenos resultados conseguidos por el Perú, siendo corroborados gracias a la aplicación de este indicador en las agencias de viaje y hospedaje de nuestro país. Cabe señalar que, durante el período comprendido entre los años 2014 y 2018, es destacable el incremento de las empresas peruanas dedicadas al turismo y que cuentan con la certificación internacional SABP. La incorporación de esa regulación ha contribuido en que los empresarios formales e informales tengan los elementos necesarios para ofrecer un mejor servicio turístico.

Con respecto a la promoción turística, por una parte, se puede destacar la superioridad de Colombia en la promoción de sitios turísticos recreativos. Dado que, se ha demostrado que el grado de promoción de estos sitios era bastante alta durante el periodo 2014 - 2018. Lo cual, se vio reflejado en el alto grado de promoción de sitios turísticos recreativos por parte del sector público en colaboración con el sector privado, lo cual permitió que esos sitios tuvieran la

visibilidad necesaria en el ámbito internacional, y de esta manera conseguir que dicha promoción contribuya de manera significativa en el aumento de turistas durante esos años en Colombia. Dado que, las mejoras en la promoción de los sitios turísticos recreativos realizado por las entidades públicas y privadas facilitaron que se despierte el interés por parte de turistas internacionales hacia Colombia como destino turístico.

Por su parte, el Perú ha evidenciado una marcada superioridad con respecto a su par colombiano en temas de promoción turística de sitios culturales e históricos, debido a que nuestro país ha considerado la necesidad de potenciar los principales atractivos turísticos con los que cuenta nuestro país. Obviamente, esto nos demarcó una clara ventaja frente a Colombia en este rubro. Esta ventaja se hizo evidente, debido a que nuestro país consiguió tener un mayor grado de promoción turística en sitios culturales e históricos. Dicho indicador demostró el hecho de que Colombia pese a los esfuerzos realizados en materia de promoción turística de sus sitios turísticos culturales e históricos no pudieron equipararse a los de Perú. Pese a ello, Colombia no ha considerado la necesidad de incentivar la promoción turística de sus sitios culturales e históricos, lo que dio lugar a que los resultados en este rubro fueran inferiores a los conseguidos por el Perú.

En síntesis, el presente capítulo nos ha proporcionado las bases necesarias para poder contrastar los resultados obtenidos por Colombia y Perú en materia de calidad y promoción turística. Siendo el caso colombiano superior al peruano, debido a su notable superioridad frente a este, en dos aspectos fundamentales, tales como la calidad y la promoción turística, los cuales permiten comparar los resultados obtenidos por 2 o más países, y que en el caso de esta investigación nos ha proporcionado las herramientas necesarias para justificar por qué los resultados obtenidos por Colombia fueron superiores a Perú en todos los indicadores de calidad y promoción turística con excepción del grado de promoción de sitios turísticos históricos y culturales. Por tanto, la evaluación mediante criterios de calidad y promoción turística nos han permitido reforzar la hipótesis realizada en esta investigación: Colombia ha tenido mejores resultados en turismo que Perú. Pero cabe destacar también los resultados reflejados en el desarrollo de estos indicadores, en este capítulo se evidenció la mejoría del Perú

en el sector turismo desde el año 2014, lo cual permitió que este sector mejore significativamente, en gran medida porque sus empresas turísticas se acogieron debidamente a las regulaciones internacionales como es el caso de las certificaciones SABP, las cuales permiten acreditar un nivel óptimo de calidad del servicio que se ofrece a los turistas.



8. ENFOQUES DE GESTIÓN TURÍSTICA EN PERÚ Y COLOMBIA

El presente capítulo se ha estructurado en cuatro secciones bien definidas, la primera de ellas buscará explicar los enfoques de gestión turística adoptados por Perú y Colombia. En la segunda sección se explicará la importancia que tiene cada uno de estos enfoques para el entendimiento de las recomendaciones realizadas por la Alianza del Pacífico para ambos países. La tercera sección tiene como objetivo principal explicar la importancia que han tenido los enfoques de gestión turística adoptados por Perú y Colombia para comprender los resultados obtenidos por ambos, a partir de las sugerencias realizadas por la Alianza del Pacífico. Por último, se realizará un análisis comparado acerca de la interpretación e implementación de los enfoques de turismo adoptados por Perú y Colombia durante su inserción al bloque de la AP.

8.1. ENFOQUES DE GESTIÓN TURÍSTICA

8.1.1. CASO COLOMBIANO: ENFOQUE DE COMERCIO EXTERIOR

Colombia es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años.

En este sentido, Colombia aprovechó el buen momento que vivió el sector turístico en el mundo durante el período 2014-2018 y buscó insertarse en el mercado como un destino innovador, diverso, de alto valor, bajo principios de sostenibilidad, responsabilidad y calidad, acorde con las nuevas tendencias mundiales de la demanda de la actividad.

Para ello, desarrolló su gestión turística a partir de un enfoque de comercio exterior, el cual basa su plan de acción en la transversalidad del turismo, destacando su importancia como industria, desarrollando acciones que fortalecieron de manera integral este sector, en materia de política social, legalidad y especialmente, en materia de emprendimiento y productividad. Igualmente, este enfoque prioriza aspectos tales como la sostenibilidad,

innovación, transporte, transformación digital, identidad, creatividad y construcción de paz, dichos aspectos se traducen en estrategias y acciones que mejoraron el nivel de competitividad del sector turístico colombiano, especialmente en aspectos relacionados a la calidad y promoción turística.

El enfoque de comercio exterior adoptado por el gobierno colombiano en materia turística, obedece principalmente a la decisión del gobierno de incluir al sector turismo en las estrategias prioritarias para el desarrollo del país, a partir de sus potencialidades, para ello se buscaba mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales. De esta manera, se busca promover mayor eficiencia y articulación en la relación entre la oferta y la demanda, así como maximizar los beneficios del turismo en la productividad empresarial, la equidad territorial y la calidad de vida de las comunidades receptoras.

El enfoque de gestión turística desarrollado por el gobierno colombiano basa su desarrollo en las siguientes líneas estratégicas: 1) Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo, 2) Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país, 3) Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo, 4) Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo, 5) Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo, 6) Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad. Si bien la mayoría serán lideradas por MINCIT y sus entidades adscritas, algunas requieren del trabajo articulado tanto con las entidades pertenecientes al Consejo Superior de Turismo, con otras instancias del Gobierno Nacional, así como de los entes territoriales, entre otros actores y partes interesadas a nivel público y privado.

En ese sentido, el enfoque colombiano se fundamenta en la integralidad y transversalidad de su gestión en materia turística, logrando integrar a los diversos actores del sector turismo, así como a los diversos sectores que permitan lograr los objetivos estratégicos propuestos en materia turística.

8.1.2. CASO PERUANO: ENFOQUE DE CONSERVACIÓN CULTURAL

Perú es uno de los países con mayor potencial turístico en la región, específicamente a partir de la gran cantidad de recursos turísticos con los que cuenta, sobretodo de índole histórico-cultural, motivo por el cual su enfoque de gestión turística se encuentra orientado principalmente a potenciar la referida fortaleza y capitalizarla en favor del desarrollo sostenido del país.

Cuando pensamos en el Perú como destino turístico, no podemos dejar de evocar nuestra inmensa riqueza cultural, y que todo lo que somos hoy como nación ha evolucionado por más de 5.000 años de historia gracias al esfuerzo de hombres y mujeres que construyeron sociedades en nuestro propio territorio conectándose con el mundo entero. Nos dejaron monumentos arqueológicos y arquitectónicos, además de tradiciones únicas que hacen del Perú un país multicultural y que al día de hoy es admirado por la comunidad internacional.

Por eso, cuando pensamos y reflexionamos en el desarrollo del turismo no podemos desligar las políticas y estrategias de crecimiento del sector de las actividades de preservación y cuidado de nuestro patrimonio cultural material e inmaterial.

Por ello, el Perú ha adoptado un enfoque de gestión turística basado principalmente en la conservación cultural, en donde precisamente pone énfasis en este aspecto. El referido enfoque busca implementar mecanismos que permitan mejorar la competitividad de las actividades turísticas en nuestro país, a partir de generar valor agregado y lograr la puesta en valor de los diversos sitios turísticos de índole histórico-cultural, de esta manera poder optimizar los resultados en materia turística, usando como medio el enorme legado cultural que el Perú ostenta.

Si bien es cierto, la gestión turística peruana se desarrolla con una visión integral, con la participación multisectorial que le permita el logro eficiente de los objetivos estratégicos en materia turística. Como bien refiere Robert Keohane, al señalar que para el logro de los objetivos estratégicos que persigue una iniciativa de cooperación internacional en donde confluye la participación de varios Estados, deben existir ciertas características de los Estados que puedan

condicionar el impacto de un esquema multilateral como la Alianza del Pacífico. (Keohane, 1993)

Resulta importante señalar el enfoque propuesto por Keohane quien refiere que para que cualquier iniciativa de cooperación internacional prospere, la participación del sector privado es fundamental. Ello en la medida que permita la creación de canales de comunicación que disminuya la desconfianza interestatal. Para ello, esta perspectiva teórica considera los siguientes factores: la voluntad política y factores internos de las instituciones públicas de los Estados. (Ortega, 2007)

Resulta evidente que el gobierno peruano ha decidido adoptar una gestión turística con un enfoque en la conservación cultural, debido a que en ese aspecto cuenta con una gama diversa de herramientas que le permitirán obtener mejores resultados. Es importante señalar que este enfoque, se encuentra debidamente enmarcado en una “cultura de calidad”, la cual se ha convertido en una política pública que busca dotar de un mayor nivel de calidad a los diversos productos y/o servicios turísticos que componen su oferta turística como país.

El enfoque peruano busca posicionar al país como un destino reconocido por la calidad total de su oferta turística, con participación de los actores del sector, para que el turista viva experiencias únicas, a partir de la potencialidad cultural e histórica del país, permitiendo el aumento de divisas por el turismo y la rentabilidad de las empresas turísticas. Es importante señalar, que el enfoque adoptado por el gobierno peruano en gestión turística, logra obtener resultados auspiciosos a partir de que la calidad se convierte en una política pública, con ello el Estado peruano declara de importancia nacional la promoción de la misma y de esta manera fomentar la cultura de calidad en la sociedad peruana. Dicha medida alcanzó al sector turismo y se vio reflejada en importantes normativas que lograron consolidar el turismo cultural dentro de estándares de calidad acordes con la exigencia del mercado nacional e internacional.

Asimismo, el enfoque de conservación cultural adoptado por Perú para su gestión turística, se fundamenta en el auge del turismo cultural y que ofrece grandes oportunidades de incrementar la competitividad, de crear empleo en múltiples industrias e incluso de recuperar actividades tradicionales y

costumbres perdidas, contribuyendo a enriquecer la identidad cultural y el patrimonio de los destinos.

Más allá de los beneficios económicos, el turismo cultural puede ser la llave para fomentar una relación más estrecha entre los visitantes y las comunidades receptoras. Además, la adopción de este enfoque obedece a la dinámica expansión del turismo en general, también el turismo cultural está experimentando un crecimiento excepcional en los últimos años y los turistas cada vez quieren sentirse más cerca de las culturas y los estilos de vida de los destinos que visitan. Ante ello, Abate precisa que “Nuestro país es reconocido por su gastronomía y el turismo cultural principalmente, a través de nuestro emblemático Machu Picchu y los atractivos de la ciudad de Cusco, que no requieren descripción; sin embargo, nuestro trabajo de gestión se ha centrado al impulso de otros destinos turísticos que complementen la visita de turismo receptivo en nuestro país” (comunicación personal, 23 de octubre de 2020).

El turismo cultural añade un valor extraordinario a la oferta turística de un destino, ya que abarca las ricas y diversas formas de arte, tradiciones, gastronomía y arquitectura que diferencian a un destino de otro.

Tabla 1

Comparación entre el enfoque peruano y colombiano

ENFOQUE PERUANO	ENFOQUE COLOMBIANO
Enfoque integral (descentralizado)	Enfoque integral (centralizado – capital)
Participación multisectorial	Carácter transversal (intervención multisectorial)
Políticas públicas que buscan una mayor participación del sector privado	Diseño de políticas públicas debidamente concertadas con el sector privado
Mayor énfasis en el turismo histórico -cultural	Mayor énfasis en el turismo recreativo
Basado en lograr una cultura de calidad	Basado en fortalecer la imagen país
Turismo como sector de interés nacional	Turismo como sector estratégico para el desarrollo económico

Nota: La tabla 1 muestra las diferencias de los enfoques aplicados en la gestión turística de Perú y Colombia.

8.2. IMPORTANCIA DE LOS ENFOQUES CON RESPECTO A LAS RECOMENDACIONES DE LA AP

8.2.1. CASO COLOMBIANO

El enfoque adoptado por el gobierno colombiano en materia de gestión turística ha sido determinante para el eficiente proceso de asimilación de las recomendaciones realizadas por la Alianza del Pacífico, puesto que debido a que dicho enfoque se basa en el desarrollo de una gestión del turismo de manera integral y transversal, ha permitido que recomendaciones hechas por la AP, como la adopción de buenas prácticas de gestión hayan encontrado asidero y no sólo ello, sino haber logrado importantes resultados. La adopción de buenas prácticas, tales como el fomento y promoción de una mayor participación del sector privado en el desarrollo del turismo a nivel país, se ha logrado mediante el diseño de políticas públicas, expresadas en documentos legales que han permitido que la participación del sector privado sea más dinámica, obteniendo así productos y servicios turísticos con un mayor nivel de calidad, producto de la sinergia Estado – Sector privado. La inclusión del sector privado en la agenda pública del gobierno colombiano en materia turística por recomendación de la AP, se ha logrado desarrollar gracias a la visión integral y transversal que reviste el enfoque adoptado por el Estado en materia de turismo, cuya importancia radica principalmente en abordar la gestión turística desde un plano multisectorial, descentralizado, con la participación de todos los actores del sector y todos aquellos que se relacionan a este, con el fin de garantizar su desarrollo, dentro de un marco de calidad integral, que le permita al país mostrarse como una alternativa sólida dentro del mercado del turismo internacional.

En el caso colombiano, el MINCIT incluyó a los actores privados y las buenas prácticas de gestión turística promovidas por la AP en sus políticas públicas desde 2014 hasta 2018. Ante ello, Lina Pinto sostiene en relación a la inclusión del sector privado en la agenda pública del turismo del país se origina “dependiendo el intercambio de experiencias si es dirigido a sector privado o

sector público. Si es dirigido a sector privado se hacen convocatorias para la participación del sector” (comunicación personal, 29 de julio de 2021).

Resulta evidente que, sin la adopción de este enfoque, la recomendación con respecto a la inclusión del sector privado en la agenda pública del sector turismo, no hubiera logrado tener el impacto que sí logró, ni los resultados positivos y significativos que se obtuvieron a raíz de ello. Sin ello, se hubiera seguido manteniendo la gestión del turismo de manera aislada, poco articulada y con un enfoque centralista que no fomentará ni promoviera la participación activa del sector privado en las acciones que determinen el rumbo a seguir para el desarrollo sostenido del sector, y de esta manera posicionarse como un destino turístico muy atractivo con una oferta turística diversificada y que cuente con altos estándares de calidad en sus productos y/o servicios turísticos ofrecidos.

Asimismo, la adopción del enfoque colombiano ha sido importante para la modernización de sus mecanismos de evaluación de la calidad turística de sus servicios ofrecidos. Debido a que este enfoque tiene entre sus máximas el fomento de una cultura de calidad en toda su oferta turística, ha permitido que sugerencias realizadas por la AP relacionadas a elevar el nivel de calidad de sus servicios, hayan encontrado asidero y una posterior implementación a través de la creación de sellos de calidad turística que permitieron regular aspectos esenciales de los operadores del turismo en el país y de esta forma garantizar la calidad en su oferta. Con ello, el Estado colombiano ha dotado de un valor agregado a su oferta turística, puesto que hoy en día los turistas no sólo se ven atraídos por los sitios turísticos que pudiera tener el destino, sino también y en gran medida en los últimos años, el potencial turista sopesa su decisión final de visita en relación a los servicios conexos y a la planta turística del destino, y que sobretodo estos alcancen un nivel óptimo de calidad.

De igual manera, el enfoque adoptado por Colombia, debido a su visión integral, ha permitido asimilar adecuadamente la sugerencia realizada por la AP en relación a fomentar la participación del sector privado en las diversas actividades promovidas por este bloque regional con el propósito de lograr un desarrollo sostenido del sector turismo, tales como ferias internacionales,

seminarios y foros internacionales de oportunidades de comercio e inversión, cumbres y rondas empresariales fomentadas dentro de la AP son una actividad importante en la creación de intereses comunes. “Dichos espacios han servido para dar a conocer y posicionar la oferta exportable de los países miembros, y a la Alianza del Pacífico como bloque económico atractivo” (D. Maraví, comunicación personal, 23 de octubre de 2020).

Siguiendo en esta línea de ideas, el señalado fortalecimiento permitió que las políticas públicas diseñadas por el gobierno, se encuentren en concordancia con la realidad del sector privado, el cual representa el aliado más importante con el que cuenta el Estado para la presentación de una oferta turística de calidad en el mercado actual.

8.2.2. CASO PERUANO

El enfoque de gestión turística orientado a la conservación cultural adoptado por el gobierno peruano, ha permitido que las recomendaciones realizadas por la AP, sobretodo en materia de calidad y promoción turística haya obtenido resultados positivos y significativos después de períodos de estancamiento y exiguo desarrollo del sector, por falta de estrategias innovadoras, modernización de la gestión y acciones concertadas con el sector privado. De esta manera, “las actividades promovidas a través de la Alianza del Pacífico han dado una visión como bloque, obteniendo beneficios para nuestro país al realizar actividades conjuntas en materia presupuestal, así como el benchmarking, pero siempre destacándonos por nuestros principales destinos turísticos y gastronomía reconocidos mundialmente” (D. Maraví, comunicación personal, 23 de octubre de 2020).

El enfoque peruano por su carácter orientado a promover la calidad del turismo en todos sus niveles, ha permitido la implementación de buenas prácticas de gestión pública, por recomendación de la AP en dicho sector. El enfoque de conservación cultural ha permitido enfatizar el desarrollo del turismo de índole histórico-cultural, debido principalmente al enorme potencial que tiene el Perú en esa materia. Por ello, el enfoque adoptado ha permitido que las diversas recomendaciones realizadas por la AP encuentren asidero en la gestión

del turismo en el Perú, claro está que el gobierno peruano ha asimilado estas sugerencias y las ha implementado según su realidad y a partir del sinceramiento de su capacidad en materia turística. Si bien es cierto, el punto más bajo en la gestión del turismo del Perú, ha sido y sigue siendo el nivel de calidad de los servicios turísticos, las sugerencias de la AP han permitido la asimilación y puesta en práctica de estas recomendaciones para poder potenciar el nivel de calidad de los prestadores de servicios turísticos en el país.

El enfoque peruano, también se encuentra orientado a la búsqueda de modernizar su gestión turística, en base al enfoque de la nueva gestión pública que plantea la interacción entre la política sectorial y la política global (Barzelay, 2003). Para ello buscó consolidar la participación del sector privado en la agenda pública del sector y a su vez promover una participación más significativa en las diversas actividades promovidas por la AP, a fin de fortalecer las relaciones con el Estado y ser partícipes de las decisiones más importantes que se tomen en relación al sector, puesto que son ellos los que representan en gran medida la fuerza operativa de la oferta turística del país.

El enfoque de conservación cultural adoptado por el gobierno peruano en su gestión turística ha sido importante en la medida que ha permitido potenciar este tipo de turismo en el país, por encima de otros, a partir de la dotación de políticas públicas que han generado regular los estándares de calidad en los prestadores de servicios turísticos en el país, reducir considerablemente los niveles de informalidad en el sector y promover la inclusión decidida del sector privado en las acciones prioritarias para el sector.

Así mismo, el enfoque adoptado por el Perú ha permitido asimilar eficientemente la recomendación de la AP relacionada a “mantener un vínculo con los países miembros, formando parte de una red de contactos en temas de interés del sector, y de esta manera generar un proceso continuo de aprendizaje hacia el desarrollo económico, social e institucional y el buen gobierno, a través de la adopción de estándares y prácticas que contribuirán a que acortemos la curva de aprendizaje gracias a la experiencia de sus otros países miembros” (S. Abate, comunicación personal, 23 de octubre de 2020).

Tabla 2

Aportes de los enfoques peruano y colombiano para la implementación de las recomendaciones de la AP

País	Recomendación AP	Aportes del enfoque
Colombia	Adopción de buenas prácticas: fomento y promoción de una mayor participación del sector privado.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de políticas públicas que fomentan y promueven mayor dinamismo a la participación del sector privado. • Fomentar la participación activa del sector privado en reuniones y foros promovidos por la AP.
	Inclusión del sector privado en la gestión pública.	<ul style="list-style-type: none"> • Visión integral y transversal – adopción de una gestión multiparticipativa.
	Fomento de una cultura de calidad en toda la oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de sellos de calidad para los operadores turísticos.
Perú	Implementación de buenas prácticas de gestión pública en materia turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Adopción de una cultura innovadora y moderna con acciones concertadas con el sector privado.
	Elevar el nivel de calidad de los servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones orientadas a reducir los altos índices de informalidad en el sector. • Dotación de políticas públicas que regulen los estándares de calidad en los prestadores de servicios turísticos.
	Elevar el nivel de promoción turística a nivel país.	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas públicas que buscan la puesta en valor de nuevos sitios turísticos.

Nota: La tabla 2 muestra los aportes de cada enfoque para la eficiente asimilación de las recomendaciones realizadas por la Alianza del Pacífico en materia turística.

8.3. IMPORTANCIA DE LOS ENFOQUES CON RESPECTO A LOS RESULTADOS OBTENIDOS

8.3.1. CASO COLOMBIANO

El enfoque adoptado por el gobierno colombiano ha permitido una buena asimilación de las recomendaciones realizadas por la AP, lo cual se tradujo en

la obtención de resultados con un impacto positivo en materia turística durante el período 2014-2018. El carácter integral que adoptó la gestión turística colombiana permitió que todos los sectores se involucraran en el desarrollo eficiente de la gestión, de esta manera aportaban a lograr la transversalidad del turismo en la gestión del gobierno, con miras al desarrollo económico del país. Si bien es cierto, los resultados más significativos logrados por la gestión turística de Colombia, se encuentran expresados en la actividad turística de índole recreativa, esto no quiere decir que no se haya aplicado un carácter integral en materia de turismo, sino que el gobierno ha incidido de manera diferenciada en este tipo de turismo por ser con el que el país cuenta con mayor potencial.

La mejora en los índices de promoción y calidad turística obedecen en gran medida a buena asimilación de las recomendaciones realizadas por la AP en estos aspectos, orientando su gestión a un enfoque de comercio exterior implementado por el gobierno colombiano con miras a potenciar el desarrollo del turismo en su país. La integralidad del enfoque adoptado permitió asimilar en mejor medida la recomendación referida a promover un mayor involucramiento de todos los sectores intervinientes, logrando así la convergencia de todos los sectores del gobierno, aunado a una eficiente articulación entre ellos coadyuvó a potenciar la marca país a través de estrategias de promoción turística que permitieron poner en valor aquellos nuevos sitios turísticos que no contaban en su momento con iniciativas promocionales de parte del gobierno o del sector privado.

Asimismo, los resultados auspiciosos logrados en relación a la calidad del servicio ofrecido por los operadores turísticos del país, se lograron fundamentalmente por la buena asimilación de la sugerencia realizada por la AP en relación a elevar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos mediante la estandarización y normas regulatorias que garantice un estado óptimo de calidad. Para ello la gestión turística tuvo que implementar disposiciones dentro de su ordenamiento legal, a fin de dotar de un mayor nivel de calidad a los distintos operadores turísticos. La adecuación de la normativa no se hubiese logrado sino se lograba articular a los distintos sectores involucrados de manera directa e indirecta en la actividad turística y económica del país, todo ello deviene

del carácter integral que posee el enfoque adoptado por Colombia para su gestión turística.

8.3.2. CASO PERUANO

Los resultados obtenidos por la gestión turística peruana, han sido positivos en líneas generales, tanto a nivel de promoción y calidad turística. Sin embargo, existen aún ciertos aspectos pendientes de mejora para lograr que el Perú obtenga un posicionamiento turístico fortalecido a nivel región y por qué no a nivel mundial. Ahora bien, los resultados favorables obtenidos han sido principalmente con respecto a la gestión turística de los sitios turísticos de índole histórico-cultural, debido a su enorme potencial con el que cuenta el país en ese sentido, tal y como lo precisa S. Abate “en general todas las actividades desarrolladas a la fecha han fortalecido nuestras iniciativas y el enfoque que maneja cada país respecto a los temas específicos acorde a cada realidad” (comunicación personal, 23 de octubre de 2020).

El enfoque peruano ha sido determinante para la adecuada implementación de las recomendaciones realizadas por la AP en torno a desarrollar la gestión del turismo a nivel país bajo una visión integral y transversal, “a fin de poder contar con estrategias elaboradas de manera multisectorial en aras de poder contar con una gestión eficaz en la materia. En este marco, el desarrollo de actividades conjuntas representa el inicio de las actividades del GT Turismo a fin de reconocer e integrar la sostenibilidad en las políticas, estrategias, operaciones y planes de turismo nacional, regional así como internacional” (S. Abate, comunicación personal, 23 de octubre de 2020).

Pese a que el enfoque peruano ha estado orientado a la conservación cultural, este ha tenido un carácter integrador basado en fomentar una cultura de calidad en todos sus niveles de gestión turística en el país. Por ello, resulta importante la integración que busca de los sectores intervinientes en la actividad turística, con el fin de poder fortalecer la estrategia de promoción turística del país, mediante la emanación de disposiciones que promuevan actividades promocionales a nuevos sitios turísticos, y descentralizar ese aspecto, el cual ha sido monopolizado por los atractivos turísticos tradicionales y en regiones que ya

se encuentran posicionadas con respecto al turismo, tanto a nivel interno y externo.

Los resultados en materia turística, han sido positivos, en gran medida porque se existieron los mecanismos necesarios, los cuales fueron implementados de manera oportuna para plasmar las sugerencias realizadas por la AP. Si bien es cierto los resultados no han sido integrales, puesto que el enfoque incide principalmente en el turismo cultural, descuidando otro tipo de actividades turísticas, tal vez ese sería el punto negativo del enfoque adoptado por Perú, puesto que si bien es cierto se apuntala el tema cultural, dotándolo de nuevas estrategias y planes de acción que permitan su desarrollo sostenido, se ha relegado a segundo plano de interés otros tipos de turismo que tienen también un potencial enorme, puesto que nuestro país es megadiverso en lo cultural, natural, social y en el aspecto recreativo.

El enfoque adoptado por el Perú “ha permitido obtener mejores resultados en materia de calidad turística, y a su vez coadyuvó a que estos se mantengan en el tiempo” (M. Cáceres, comunicación personal, 10 de octubre de 2020), puesto que a partir de las medidas adoptadas para regular los estándares de calidad de los servicios de calidad ofrecidos por los operadores turísticos, estos se han ido perfeccionando, implementando nuevos mecanismos que aseguren un nivel mayor de calidad en sus servicios ofrecidos, logrando implementar otros sellos de calidad y adaptando sus operaciones a diversos estándares de calidad internacional, como es el caso de las normas de calidad ISO. El enfoque adoptado ha permitido a su vez que se promueva la promoción de nuevos sitios de índole histórico-cultural, potenciando de esta manera la imagen del Perú como destino preferentemente cultural, histórico y milenario.

Los resultados favorables alcanzados por la gestión peruana, se debieron en gran medida a una óptima asimilación de las recomendaciones de la AP en relación a promover y fomentar una participación más activa de todos los sectores involucrados en la actividad turística. Ante ello, el enfoque peruano se mostró relevante en relación a la generación de políticas públicas que permitieron la inclusión del sector privado en la agenda pública del turismo, logrando así cumplir con su carácter integrador, en busca de una propuesta

turística que conlleve una experiencia plena para el turista. Cabe indicar que este objetivo se encuentra aún en proceso, puesto que aún se mantiene una brecha importante entre los resultados obtenidos en materia de turismo cultural y los demás tipos de turismo que componen la oferta turística del país.

No obstante, los resultados para el Perú no han sido positivos de manera integral, debido en gran medida al sesgo que presenta el enfoque adoptado por la gestión turística del país, al centralizar su enfoque en sólo un tipo de turismo, lo cual invita a poder dotar a este enfoque de la integralidad necesaria para consolidar su oferta turística.

8.4. IMPLEMENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS ENFOQUES DE TURISMO DE PERÚ Y COLOMBIA: ANÁLISIS COMPARADO

Durante el período 2014-2018, Perú y Colombia se caracterizaron por mantener un enfoque distinto en lo que refiere a la gestión turística que ambos países desarrollan; por un lado, Perú se enfocó principalmente en la promoción y desarrollo del turismo de conservación cultural, mientras que Colombia se centró su enfoque de gestión en la promoción del turismo recreativo. “La Alianza del Pacífico es una de las estrategias de integración más innovadoras de la región, por ser un proceso abierto y flexible, con metas claras, pragmáticas y coherentes con el modelo de desarrollo y la política exterior de cada país integrante del bloque” (L. Pinto, comunicación personal, 29 de julio de 2021). Como se ha demostrado en la presente investigación, la influencia de las buenas prácticas de la Alianza del Pacífico en materia de gestión pública de la actividad turística ha sido positiva tanto para Perú como para Colombia, pero el enfoque de turismo que cada país ha implementado ha influenciado también en la obtención de resultados distintos.

De esta manera, según los resultados evaluados en materia de promoción turística, se observa que el enfoque de Perú se centra en la conservación cultural, debido al enorme potencial de recursos turísticos culturales que tiene el país y que representan el mayor impacto en promoción turística desarrollado por la gestión turística peruana. Sin embargo, este aspecto positivo se ha visto

ensombrecido por el poco alcance que ha tenido, puesto que la promoción de sitios turísticos culturales se ha visto concentrado en sólo unos pocos destinos turísticos, no habiendo una estrategia de promoción turística diversificada, que busque la promoción de nuevos sitios turísticos de índole cultural y sólo mantener y potenciar la promoción de sitios turísticos ya posicionados y con renombre en el mercado internacional que compone la oferta turística a nivel mundial.

Si bien es cierto que el Perú es un país rico en recursos turísticos culturales, la realidad observada en el período 2014-2018 evidencia también la poca capacidad que tuvo el Estado peruano para promocionar un número mayor de estos sitios. Así mismo, la adopción de un enfoque basado en la gestión del turismo de conservación cultural propició que el enfoque en el turismo recreativo quede relegado en un segundo plano, no teniendo protagonismo en la oferta turística durante ese período.

Por su parte, Colombia en el mismo período 2014-2018, mantuvo un enfoque de promoción turística basado principalmente en el desarrollo del turismo recreativo, a tal punto que se convirtió en el baluarte del turismo en Colombia. En tanto, el aspecto que se vio menos favorecido fue el desarrollo de la promoción turística de los sitios turísticos de índole histórico-cultural, dicha situación obedeció fundamentalmente a que el enfoque adoptado por el Estado colombiano estuvo centrado en un enfoque orientado hacia el desarrollo del comercio exterior. Los resultados se muestran categóricos frente a los obtenidos por el Perú en el aspecto de promoción de sitios históricos-culturales, puesto que nuestro país tiene una clara diferencia en torno al número de recursos turísticos culturales que posee.

En resumen, resulta razonable que un país como el Perú, con tanta riqueza en destinos turísticos de índole histórico cultural mantenga una política de gestión enfocada en la promoción y conservación de estos destinos, pero no debe dejarse de lado la promoción de los destinos recreativos, pues su dinamismo para la economía puede ser muy alto e incluso complementario al turismo cultural. Debe recogerse la experiencia de Colombia, que pasó de una

promoción de 50 nuevos sitios recreativos en el 2005-2013 a 200 nuevos sitios en el periodo 2014-2018.

De igual manera, en el contexto colombiano, las iniciativas públicas en materia de gestión turística deben de dosificarse de manera equitativa, a fin de presentar una oferta turística integral y equilibrada que permita maximizar todas las potencialidades con las que cuenta Colombia en materia de turismo. Si bien es cierto, no cuenta con la potencialidad de los recursos turísticos de índole histórico-cultural que posee el Perú, sin embargo, si cuenta con recursos importantes que pueden complementar de manera idónea la propuesta principal que ofrecen desde el aspecto recreativo, complementar su oferta recreativa, con experiencia histórico culturales que permitan al turista obtener una experiencia integral.

Como se puede observar, ambos países han logrado obtener resultados favorables en mayor o menor medida a partir de la implementación de las sugerencias realizadas por la AP en materia turística, sin embargo, es evidente que ambos países han incidido en el fortalecimiento de sus potencialidades, lo cual no deja de estar bien, pero han relegado a segundo plano los enfoques turísticos que necesitan mayor atención, creando una brecha importante y significativa entre estos tipos de turismo.

9. CONCLUSIONES

La presente investigación busca demostrar que la mejora en el turismo en los últimos años en Perú y Colombia está vinculada directamente al grado de asimilación que estos países han tenido en relación a las recomendaciones realizadas por la Alianza del Pacífico (AP). En ese sentido, las recomendaciones realizadas por este bloque regional han sido fundamentales para la obtención de resultados favorables en materia turística. Asimismo, es importante analizar la presencia de enfoques en cada país y que su adopción condiciona la obtención de resultados diferenciados. Lo antes expuesto se ha demostrado de la siguiente manera:

- 1) Las recomendaciones realizadas por la Alianza del Pacífico han sido incorporadas por Perú y Colombia, obteniendo resultados positivos en ambos casos, pero los resultados de la gestión colombiana han sido mucho mejores que los conseguidos por el lado peruano.
- 2) Estas recomendaciones de la Alianza del Pacífico se han concentrado en temas relacionados al mejoramiento de la calidad y promoción turística, inclusión del sector privado en la agenda pública concerniente al sector turismo, diseño de políticas públicas que fomenten una participación multisectorial para el desarrollo del turismo en el país y en la transversalidad de la gestión turística de ambos países.
- 3) Los resultados en este período en materia de turismo han sido positivos en líneas generales. En Perú los resultados han sido más significativos en relación a las actividades turísticas en materia de turismo histórico-cultural. Mientras que en Colombia, los resultados más auspiciosos corresponden al desarrollo de actividades relacionadas al turismo recreativo.
- 4) Estos resultados claramente muestran que las recomendaciones de la Alianza del Pacífico son positivas y que tienen un impacto fundamental. Por el lado peruano en el ámbito del turismo histórico cultural, debido

principalmente al enorme legado cultural que tiene el Perú. Mientras que por el lado colombiano su impacto fue significativo en el ámbito del turismo recreativo, puesto que cuenta con una amplia gama de estos recursos en su oferta turística.

- 5) Sin embargo los resultados positivos han sido mejores en Colombia que en Perú por que la gestión colombiana ha sido desarrollada a partir de una visión integral y transversal que ha permitido obtener resultados más significativos en materia de calidad y promoción de nuevos sitios turísticos. Asimismo, el elemento diferenciador está representado por las políticas públicas transversales en favor del turismo que ha permitido desarrollar una gestión sólida y que se ha sostenido en el tiempo.
- 6) Perú y Colombia han implementado enfoques de gestión turística distintos. Por un lado, el Perú adoptó un enfoque basado en la conservación cultural, priorizando el turismo de índole histórico-cultural, maximizando su potencialidad en este aspecto. Mientras que Colombia adoptó un enfoque basado en el comercio exterior, priorizando el turismo recreativo, a partir de su potencial turístico en este rubro y a la capacidad instalada existente alrededor de esta.
- 7) Está demostrado que estos enfoques de gestión turística claramente han fortalecido las recomendaciones realizadas por la Alianza del Pacífico, debido a que han permitido que las referidas sugerencias se hayan incorporado de manera adecuada, de acuerdo a la realidad de cada país, logrando de esta manera resultados positivos para ambos país, siendo mayores en el caso colombiano.
- 8) Estos enfoques distintos nos ayudan a comprender los resultados diferenciados obtenidos por Perú y Colombia, en ambos positivos pero en Colombia mucho mejores que en Perú, debido principalmente a que el enfoque adoptado por la gestión colombiana incorporó las recomendaciones realizadas por la Alianza del Pacífico de manera

integral y transversal, permitiendo una participación multisectorial, lo cual en conjunción con la sólida participación del sector privado, la que a su vez se ha visto fortalecida por la incorporación de diversas políticas que promovieron su participación más activa.



10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abarca, Alfredo (2005). WILLOQ: UN CASO DE TURISMO VIVENCIAL. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 10(18-19),221-235. [fecha de Consulta 4 de Septiembre de 2020]. ISSN: 2077-1886. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3607/360733600013>

Abate, S. (2020). *Entrevista sobre la Alianza del Pacífico y su impacto en el sector turístico en Perú*.

Aguilera-Díaz, M. M., Bernal-Mattos, C., & Quintero-Puentes, P. (2006). Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano. *Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional y Urbana; No. 79*.

Arredondo-Trapero, F., Vázquez-Parra, J. C., & De la Garza, J. (2016). Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial. *Estudios Gerenciales*, 32(141), 299-308.

Ariza, D. A. (2017). Efectividad de la gestión de los proyectos: una perspectiva constructivista. *Obras y proyectos*, (22), 75-85.

Alianza del Pacífico. (2020). SICE: Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Disponible en http://www.sice.oas.org/TPD/Pacific_Alliance/Pacific_Alliance_s.asp

Alianza del Pacífico (2019a). La Calidad Turística en los países de la Alianza del Pacífico 2019. [Informe]. <https://alianzapacifico.net/grupo-tecnico-de-turismo/>

Alianza del Pacífico(2019b). Documento normativo del 2019 sobre la terminología y vocabulario del sector hotelero en los países de la alianza del pacífico y metodología para la homologación y uso práctico para el turista y proveedores de servicios. [Informe]. <https://alianzapacifico.net/grupo-tecnico-de-turismo/>

Alianza del Pacífico. (2020). SICE: Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Disponible en http://www.sice.oas.org/TPD/Pacific_Alliance/Pacific_Alliance_s.asp

Alonso, J. (2012). La OMC y los acuerdos preferenciales: Informe del Comercio Mundial 2011. Puentes, 13(2). Recuperado de <https://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/la-omcy-los-acuerdos-preferenciales-informe-del-comercio-mundial-2011>

Azcue, I (2018). Impactos económicos del turismo. Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/3068/1/azcue-et-al-2018.pdf>

Barzelay, M. (2003). *La nueva gestión pública: un acercamiento a la investigación y al debate de las políticas*. Fondo de cultura Económica.

Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9(2), 291-303.

Carcedo, J. F. (2019). Una discusión sobre el rol de las organizaciones internacionales en la teoría de las Relaciones Internacionales. *Journal de Ciencias Sociales*, 7.

Concha, J. R., & Gómez, O. A. (2016). Análisis de atracción de inversión extranjera a países de la Alianza del Pacífico. *Estudios gerenciales*, 32(141), 369-380.

Coutin, R., & Terán, J. M. (2016). La Alianza del Pacífico: ¿apuesta estratégica de la política exterior colombiana? *Estudios gerenciales*, 32(141), 346-357.

CIDETUR (2015). Turismo Internacional. Turismo y competitividad en América Latina. Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo. Disponible en: <https://www.unsam.edu.ar/escuelas/economia/CIDeTur/boletines/Bolet%C3%A9n%20CIDeTur%20diciembre%202015.pdf>

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Díaz (2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, Nueva Época, no 14 julio-diciembre. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2815/281543007008.pdf>

Díaz, A (2020). El turismo en el mundo - Datos estadísticos. Statista. Disponible en: <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>

Duarte Herrera, L. K., & González Parias, C. H. (2014). Escenarios y retos de la Cooperación Internacional para el Desarrollo en Colombia. In *VII Congreso del IRI/II Congreso del CoFEI/III Congreso de la FLAEI (La Plata, 2014)*.

Duarte, L.; Gonzales, C. y Montoya, D. (2014). Colombia de Cara al nuevo regionalismo renovado: la Alianza del Pacífico. *Punto de vista*, 5(9). p.137

EY Perú (2018). *Guía de Negocios e Inversiones de la Alianza del Pacífico*. Disponible.

Fuller, N. (2009). Políticas públicas de turismo en el Perú. *Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo*.

Guevara, A. A., & Campos, M. V. (2009). *Turismo Sustentable: El equilibrio necesario en el siglo XXI*. Editorial Trillas.

Garcé, A., & Abelson, D. E. (2006). *Think tanks y políticas públicas en Latinoamérica: dinámicas globales y realidades regionales*. Prometeo Libros Editorial.

Guevara, A. A., & Campos, M. V. (2009). *Turismo Sustentable: El equilibrio necesario en el siglo XXI*. Editorial Trillas.

Jelin, E. (2005). Las familias latinoamericanas en el marco de las transformaciones globales: Hacia una nueva agenda de políticas públicas. *En: Políticas hacia las familias, protección e inclusión sociales-LC/L. 2373-P-2005-p. 69-88*.

.L. Nieto, I.M. Román, D. Bonillo, N. Paulova. (2016). El turismo a nivel mundial, *International Journal of Scientific Management and Tourism*, Vol.2, 1. Disponible en: <file:///C:/Users/Victor/Downloads/Dialnet-EITurismoANivelMundial-5665915>.

Malamud, A. (2011). Conceptos, teorías y debates sobre la integración regional. *Norteamérica [online]*. 6 (2), pp.219-249. ISSN 2448-7228.

Marsano, J (2019). El impacto económico del turismo en el Perú 1990- 2018. Universidad San Martín de Porres. Disponible en: <http://catedraunesco.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2019/06/impacto-economico-turismo-peru.pdf>

Martínez, A. (julio-diciembre 2016). Alianza del Pacífico y Mercado Común del Sur: dos enfoques de la integración económica regional. *Papel Político*. 21, (2) pp.469-494. Disponible en <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/papelpol/article/view/19070>.

Martínez, M. A. G., Cordero, S. P. Q., & De Castro, A. R. (2018). La seguridad en la Alianza del Pacífico: ¿una plataforma para el Estado colombiano? *Revista Científica " General José María Córdova"*, 16(23), 63-80. Recuperado de: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=La+seguridad+en+I

[a+Alianza+del+Pac%C3%ADfico%3A%C2%BF+una+plataforma+para+el+Estado+colombiano%3F&btnG=](#)

Ministerio de Comercio exterior Turismo -MINCETUR (2018a). Resolución 002-MINCIT-2014 (Ley).

Ministerio de Comercio exterior. Turismo -MINCETUR (2015a). Resolución 001-MINCIT-2015 (Ley).

Ministerio de Comercio exterior. Turismo -MINCETUR (2015b). Resolución 073-MINCIT-2015 (Ley).

Ministerio de Comercio exterior y Turismo -MINCETUR (2017). Plan Nacional de Calidad Turística del Mincetur (CALTUR) (2017-2025). Lima, Perú: Autor.

Ministerio de Comercio exterior. Industria y Turismo-MINCIT (2013). Decreto supremo N°2183-2013(Ley).

Ministerio de Comercio exterior-MINCETUR (2018). Resolución 505-MINCETUR-2018 (Ley).

Ministerio de Comercio exterior. Industria y Turismo -MINCIT (2014a). Resolución 2349-MINCIT-2014 (Ley).

Ministerio de Comercio exterior, Industria y Turismo -MINCIT (2014b). Plan Sectorial de Calidad Turística de Colombia 2014-2018). Bogotá, Colombia: Autor.

Ministerio de Comercio exterior, Industria y Turismo Plan Nacional de Calidad Turística de Colombia (2014-2018) -MINCIT (2018a) Bogotá, Colombia: Autor.

Ministerio de Comercio exterior. Industria y Turismo -MINCIT (2018b). Resolución -MINCIT-2018 (Ley).

Ministerio de Comercio exterior. Industria y Turismo -MINCIT (2018c). Resolución -MINCIT-2018 (Ley).

Motta, J. (2017). Leticia for Tourists: Imaginaries, Narratives and Representations of an Amazon City. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), 93-111.

Pinto (2021) *Entrevista sobre la Alianza del Pacífico y su impacto en el sector turístico en Colombia*.

Ortiz, R. Y. O. (2007). Ensayos escogidos de Robert O. Keohane y Joseph S. Nye, por Arturo Borja Tamayo (comp.), México, CIDE, Colección Estudios Internacionales, 2005, 504 p. *Política y gobierno*, 559-562.

Olano, A. (2014). Análisis de la integración: una revisión teórica. *Colloquia*. 1, pp.136-146

Rendón, J. G. (2006). *La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*. Editorial Abya Yala.

Rendón, M (2015). La Agenda para el Desarrollo a través del Turismo En Perú y su Relación con Intereses Internacionales. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 13, núm. 3. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88136217004.pdf>

Ripoll de Castro, A., & Quintero, S. (2016). Alianza del Pacífico: nuevo regionalismo, y seguridad ampliada. In *VIII Congreso de Relaciones Internacionales*.

Tejera, A (2018). Política de desarrollo turístico. Disponible en: <http://www.turistamagazine.com/v2/?p=35179#respond>

Thoene, U., Cuestas, E. y Londoño, M. (2017). La Alianza del Pacífico y el regionalismo latinoamericano: en búsqueda de una revitalización autonomista de la integración. *Análisis Político*, 30(89), 91-110.

Tinoco, O. (2003). Los impactos del turismo en el Perú. *Industrial Data*, 6(1), 47-60.

Tremolada Álvarez, E. (2014). ¿La Alianza del Pacífico facilita la inserción de Colombia en la región Asia-Pacífico? *Papel Político*, 19(2). *ales (La Plata, 2016)*

Valladares, A. y Gonzalo, M. (2019). Análisis de la Alianza del Pacífico: alcances y potencialidades (2011–junio 2019).



11. ANEXOS

Anexo A. Mapeo de entrevistas

VICEMINISTERIO DE TURISMO			
Lina Fernanda Pinto	Contratista de la Dirección de Calidad y Desarrollo de Turismo-Área de Asuntos internacionales de MINCIT	29/072021	lpinto@mincit.gov.co
Scarlet Abate Ventura	Especialista de MINCETUR en asuntos internacionales en el sector turístico	23/10/2020	sabate@mincetur.gob.pe
Daniel Maraví Vega Centeno	Director General de Políticas de Desarrollo Turístico	23/10/2020	dmaravi@mincetur.gob.pe
Yanet Loza Romero	Especialista e investigadora en temas turísticos de CEPEA	10/09/2020	yloza@cepea.edu.pe
Maribel Cáceres Rodríguez	Especialista e investigadora en temas turísticos de CEPEA	10/09/2020	965462467

Fuente: Elaboración propia.

Anexo B. Cronograma de actividades

Fechas	Actividades
16 de octubre 20 de octubre	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión para coordinar las correcciones de la primera entrega. • Presentación de la versión final capítulo 1 y 2.
24 de octubre 30 de octubre	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión para armado del capítulo 3. • Concluir el primer borrador del capítulo 3.
9 de noviembre 19 de noviembre 29 de noviembre	<ul style="list-style-type: none"> • Corrección y reunión con el asesor del primer borrador de tesis 2. • Reunión con mi asesor sobre el Capítulo 3. • Entrega del segundo avance a la dirección académica (Hallazgos+tesis casi concluida).
5 de diciembre 17 de diciembre	<ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación de Mi primer borrador tesis concluida. • Entrega oficial de la tesis.

Fuente: Elaboración propia.

