



**ALIANZA DEL PACÍFICO, TURISMO PARA EL DESARROLLO**

**AUTORES**

**CAMILO ANDRÉS QUINTERO CUBILLOS**

**EMILYN ORTIZ TRUJILLANO**

**DIRECTOR DEL PROYECTO**

**JOSÉ ROBERTO CONCHA VELÁSQUEZ**

**UNIVERSIDAD ICESI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**SANTIAGO DE CALI**

**2020**

## **Agradecimientos**

Fueron muchas las personas que contribuyeron con la culminación de este proyecto. Entre ellas Agradecemos a nuestro director, José Roberto concha por su apoyo, su consejo y compromiso. A la profesora Orietha Rodríguez por sus orientaciones en materia de turismo que las cuales nos permitieron darle un norte a este trabajo y finalmente a nuestros profesores, compañeros y padres los cuales contribuyeron en todo nuestro proceso de formación académica.

## Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN .....	7
2. MARCO TEÓRICO .....	10
2.1. Alianza del Pacífico .....	11
2.1.1. Definición .....	11
2.2. Turismo .....	11
2.2.1. Definición .....	12
2.3. Índice internacional del turismo .....	12
2.3.1. Ambiente propicio .....	12
2.3.2. Políticas de T&T y condiciones propicias: .....	13
2.3.3. Infraestructura .....	14
2.3.4. Recursos naturales y culturales: .....	14
2.1. Organización Mundial de Turismo .....	15
2.2. Políticas Públicas .....	16
2.2.1. Definición. ....	16
2.2.2. Políticas públicas sustantivas .....	16
2.2.3. Políticas públicas procedimentales .....	16
3. METODOLOGÍA .....	16
3.1. Generalidades .....	16
3.2. Enfoque de la investigación .....	17
3.3. Diseño de la investigación .....	17
3.4. Población .....	18
3.5. Técnicas de recolección de datos .....	19
3.6. Instrumento de recolección de datos .....	19
3.7. El instrumento utilizado es la ficha de contenido. ....	19
4. ANÁLISIS .....	20
4.1. Colombia .....	20
4.1.1. Actuaciones gubernamentales .....	21
4.1.2. Inversión gubernamental en turismo .....	21
4.1.3. La diversificación e inclusión. ....	22
4.1.4. Integración de la cadena .....	23
4.1.5. Productos. ....	23

4.1.6. Información.....	23
4.2. México .....	24
4.2.1. Actuaciones gubernamentales.....	24
4.2.2. Inversión gubernamental en turismo.....	25
4.2.3. Diversificación e inclusión .....	26
4.2.4. Integración de la cadena.....	27
4.2.5. Productos .....	27
4.2.6. Información.....	27
4.3. Perú .....	28
4.3.1. Actuaciones gubernamentales.....	28
4.3.2. Inversión gubernamental en turismo.....	28
4.3.3. La diversificación e Inclusión.....	29
4.3.4. Integración de la cadena.....	29
4.3.5. Productos .....	29
4.3.6. Información.....	30
4.4. Chile.....	30
4.4.1. Actuaciones gubernamentales.....	30
4.4.2. Inversión gubernamental en turismo.....	31
4.4.3. La diversificación e inclusión .....	31
4.4.4. Integración de la cadena.....	31
4.4.5. Productos .....	32
4.4.6. Información.....	32
5. Recomendaciones y conclusiones.....	32
6. Bibliografía .....	34
7. Anexos .....	36

### **Lista de tablas**

Índice de competitividad turística entre países de la AP, Estados Unidos, España y Francia .....	15
Anexo 1: Comparación de políticas públicas de turismo países miembros de la Alianza del Pacífico .....	37
Anexo 2: Agenda futura de la Alianza del Pacífico en políticas públicas de turismo comparada con las políticas de la Unión Europea.....	38
Anexo 3: Políticas Públicas de Estados Unidos.....	40

## Abstract

The objective of this study is to determine how to approach public policies to promote tourism in the member countries of the Pacific Alliance, and aspects to improve. In this context, the effectiveness of public policies must be related to the criteria of the World Tourism Organization (UNWTO) and the way to implement them in the Pacific Alliance. The study shows that in government actions, there is little representation of the interests of all the actors and in the sector's income. In terms of diversification and inclusion, policies are traditionalist and ineffective because a large part of the actors are being left out, which does not allow a full development of the tourism potential. In chain integration, it can be seen how policies do not really impact competitiveness because they do not efficiently integrate the actors in the tourism cluster. The products have the fault of little vision to give added value to the tourist offer with a differentiated service, which limits competition by focusing it on the variable price. Financing and investment, greater accompaniment by States must be allowed to provide greater financing to organizations to facilitate decision-making by these agents.

## Resumen

El objetivo de este estudio es determinar cómo enfocar las políticas públicas para impulsar el turismo en los países miembros de la Alianza del Pacífico y los aspectos a corregir. En este contexto, la efectividad de las políticas públicas debe relacionarse con los criterios de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la forma de implementarlos en la Alianza del Pacífico.

El estudio muestra como en **actuaciones gubernamentales**, existe poca representación de los intereses de todos los actores y en los ingresos del sector. En **diversificación e inclusión** las políticas son tradicionalistas y poco efectivas porque se está dejando a gran parte de los actores

afuera, lo cual no permite un completo desarrollo del potencial turístico. En **integración en cadena** se puede observar como las políticas no impactan realmente en la competitividad porque no integran de forma eficiente los actores del clúster turístico. Los **productos** tienen la falla de poca visión para dar valor agregado a la oferta turística con un servicio diferenciado, lo cual limita la competencia al centrarla en la variable precio. **Financiación e inversión**, se debe permitir un mayor acompañamiento por parte de los Estados para brindar una mayor financiación a las organizaciones para facilitar la toma de decisiones de estos agentes.

### **Palabras clave**

**Alianza del Pacífico, Políticas Públicas, Turismo**

### **Keywords**

**Pacific Alliance, Public Policies, Tourism**

# 1. INTRODUCCIÓN

Durante nueve años consecutivos el turismo ha reforzado su papel como motor de crecimiento económico y de creación de empleo, su contribución asciende a 8,8 billones de dólares que representan el 10,4% del PIB mundial, es decir, ha tenido un crecimiento de 3,9% con respecto al año 2018 siendo este, mayor al crecimiento de la economía mundial para el mismo periodo (Guevara, 2019). Cifras del barómetro mundial de turismo muestran que la llegada de turistas internacionales en el mundo creció un 4%, alcanzando los 1.5 billones de turistas para el año 2019 (UNWTO, 2020). La organización mundial de turismo (OMT) afirma, que este es un fenómeno económico y social que ha experimentado una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores que crece con mayor rapidez en el mundo (OMT, 2020). El volumen de negocios de este sector es igual o incluso superior al volumen de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles y por séptimo año consecutivo el total de los ingresos de exportación por turismo creció más deprisa que las exportaciones de mercancías (Organización Mundial de turismo, 2019). Entre los beneficios a largo plazo del turismo están el desarrollo económico, el alivio de la pobreza, la sostenibilidad y la generación de un ambiente propicio para el desarrollo empresarial al abrir oportunidades para pequeñas y medianas empresas que se dedican a proporcionar productos y servicios para esta industria (OMT, 2020). Dada la gran importancia de este fenómeno turístico la Alianza Pacífico como integración regional de México, Chile, Perú y Colombia, se ha preocupado por crear un marco de cooperación que comprende proyectos actividades y acciones que permitan el fortalecimiento del sector turístico en cada uno de sus países miembros (Alianza Pacífico, 2020).

Las acciones de la Alianza Pacífico están orientadas hacia el intercambio de experiencias, apoyo mutuo en escenarios multilaterales, facilitación de movilidad, y la realización de eventos de promoción o ruedas de negocios especializadas; todo esto con el objetivo de generar un movimiento creciente y constante de personas intra o extra regionales, motivado por las estrategias emprendidas desde el sector público en los países miembros (Alianza del Pacífico, 2020). Una de las metas de esta integración regional ha sido mejorar sus sistemas de calidad turística, analizando las dificultades de cada uno de sus países, su objetivo es identificar los sistemas de calidad existentes en los países miembros de la AP, en aras de que sirvan como fuente de investigación y consulta para los procesos normativos que se desarrollan en México, Chile, Perú y Colombia para establecer una base futura por medio de la cual se puedan realizar acuerdos de reconocimiento de certificaciones y armonización de normas en materia de turismo (Alianza Pacífico, N/A).

El Foro Económico Mundial ha analizado en profundidad la competitividad de viajes desde hace más de una década y publica cada dos años el Índice de Competitividad de Viajes y turismo, en el cual compara la competitividad de 140 economías y mide el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible de este sector (World Economic Forum, 2020). Los resultados de su informe para el 2019 muestran a “América como la tercera región con mayor puntaje, siendo Estados Unidos el país más competitivo. Los países de las Américas a menudo dependen de sus activos naturales para generar turismo. En particular, la región sufre los puntajes promedio más bajos para el entorno empresarial y la seguridad, y este último se debe principalmente a las tasas de criminalidad. Las Américas mejoraron más en la preparación de las TIC y la competitividad de los precios, con América del Sur líder en el crecimiento general del índice de competitividad turística” (Uppink et al, 2019). Todos los países miembros de la Alianza cuentan, según el índice, con un gran potencial de recursos naturales y culturales por encima de la media de América para



el año 2019 (a excepción de Chile) pero, en otros aspectos como el ambiente de negocios, la seguridad, la infraestructura y la capacitación del recurso humano aunque se encuentran en algunos casos mejor o igual que el promedio de países de la región, Son muy bajos comparado a su referente más cercano que es Estados Unidos ( Uppink et al, 2019).

“Michael Porter afirma que los países solo pueden aumentar su competitividad siempre que proporcionen el nivel de desarrollo industrial. Además, según Porter, el éxito no se hereda, sino que se proporciona dada la innovación y el desarrollo. Por lo tanto, para Porter, la competitividad de un país no radica en la pluralidad de sus recursos, sino en la eficacia con la que los utiliza” (Esen & Uyar, 2012, pág. 623) . Es decir, para un éxito continuo y general de los factores que determinan el poder competitivo en materia turística debería existir la integridad del sistema, porque la interacción mutua de los factores afectará su desarrollo y ayudará a fortalecer las debilidades para formar de mejor manera un poder competitivo (Esen & Uyar, 2012).

En el proceso de lograr el desarrollo e innovación que el turismo necesita es fundamental la participación del estado, pues esta industria incorpora considerables inversiones en infraestructura o requiere dominio o creación de tecnología (Benavides, 2015). Además de esto, el gobierno es la institución encargada de regular todo el desarrollo del sector, momento en el cual aparece la política pública como herramienta de intervención del estado (Benavides, 2015). La política pública puede ser analizada desde un punto de vista económico, cuyo fin es la estabilidad interna del país en términos de precios, pleno empleo y externa en términos de una balanza de pagos equilibrada (Torres, 2004). También puede encaminarse hacia la creación de la oferta turística, su promoción, planificación, distribución de ingresos a aquellos lugares que aún no están posicionados, garante y coordinador para que la actividad sea sostenible (Benavides, 2015).

Este trabajo busca realizar un análisis descriptivo del sector turismo en cada uno de los países miembros de la Alianza Pacífica con el fin de llegar a un acuerdo de políticas públicas orientadas, en este caso por ser una integración de estados, a la distribución de visitantes y la unificación de la oferta turística. Oferta que parte de la diversidad de los países y sus experiencias buscando con esta el fortalecimiento no solo de cada país individual sino de la integración en general para formar un poder competitivo. Teniendo en cuenta que en los esfuerzos realizados por la Alianza pacifico son análisis individuales, sin llegar a una interacción de todos los países lo que ha llevado a que existan marcadas brechas de crecimiento en sus países como lo muestra de índice de competitividad turística. Además, es necesario al llegar a un acuerdo de políticas como integración realizar una comparación con la Unión Europea como integración y Estados Unidos como referente cercano, con el fin de plantear unas bases de los temas a los cuales se les debe apuntar en un futuro cercano.

## **2. MARCO TEÓRICO**

De acuerdo con datos del consejo de viajes y turismo (WTTC) para el año 2018 el turismo generó 319 millones de empleos y fue responsable del 10.4% de todas las actividades del planeta, teniendo un crecimiento del 3.9% lo cual fue superior al crecimiento del PIB mundial del 3.2% (ABC MUNDIAL, 2019). Muchos países en vía de desarrollo también han empezado a diseñar políticas públicas de turismo entre los que se encuentran Chile, Colombia, México y Perú, países fundadores de la Alianza del Pacífico. No obstante, para entender estas políticas públicas y cómo se comparan con otros países del mundo, es importante definir los conceptos claves en el tema de estudio que permitirán realizar el análisis, estos son: Turismo, Alianza del Pacífico, Políticas Públicas, así como el índice internacional de turismo.

## **2.1. Alianza del Pacífico**

### **2.1.1. Definición**

La AP es un mecanismo de integración regional económica y comercial conformado por Chile, Colombia, México y Perú. Inicialmente la propuesta fue hecha por el presidente de Perú, Alan García Pérez, a sus homólogos de Colombia, Chile, México y Panamá. En el año en 2011 el proyecto se dio a conocer a través del Acuerdo de Lima, y para el año 2012 se estableció formalmente mediante su acuerdo Macro.

Objetivos:

- Construir, de manera participativa y consensuada, un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.
- Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de las Partes, con miras a lograr un mayor bienestar, la superación de la desigualdad socioeconómica y la inclusión social de sus habitantes.
- Convertirse en una plataforma de articulación política; de integración económica y comercial; y de proyección al mundo, con especial énfasis en el Asia Pacífico.

Este proceso busca crear mercados atractivos entre sus países miembros para lograr una mayor competitividad a nivel internacional (Alianza del Pacífico, 2015).

## **2.2. Turismo**

Como se mencionó al principio de este apartado, el turismo se ha convertido en un sector de la economía mundial que, contado con un crecimiento importante en las últimas décadas,

representando en la actualidad más del 10% del PIB mundial según datos del World Travel & Tourism Council. Debido a esto varios mecanismos y organizaciones enfocadas al turismo se han vuelto muy relevantes a nivel mundial para el desarrollo de este, como lo son el Índice Internacional de Turismo y la Organización Mundial de Turismo.

### **2.2.1. Definición**

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio” (ONU, 2008, p.1).

### **2.3. Índice internacional del turismo**

Con la intención de llevar a cabo un análisis detallado sobre la competitividad en los viajes y turismo (T&T por sus siglas en ingles), el Foro Económico Mundial cada dos años publica, el informe e índice de competitividad de viajes y turismo donde se compara la competitividad, las políticas y otros factores de 140 países con respecto al turismo, y que permitan un desarrollo sostenible de este sector (World Economic Forum, 2019).

Este informe se compone de 4 subíndices, 14 pilares y 90 indicadores individuales distribuidos entre los diferentes países. Los 4 subíndices junto con 14 pilares son los siguientes:

#### **2.3.1. Ambiente propicio**

Este subíndice las condiciones necesarias para operar en un país y esto incluye 5 pilares que son:

- *Ambiente laboral*: mide el entorno político adecuado para el desarrollo de negocios por parte las empresas.

- *Seguridad y protección:* mide el costo del crimen común, la violencia y el terrorismo, además de tomar en cuenta la credibilidad de los servicios de policía para proporcionar protección ante estos.
- *Salud e higiene:* mide aspectos claves como la disponibilidad de médicos, el acceso agua potable, los niveles de VIH, malaria, entre otros.
- *Recursos humanos y mercado laboral:* mide como los países a través de la educación y el entrenamiento desarrollan habilidades y como alcanzan una mejor asignación de esas habilidades a través de un mercado laboral eficiente.
- *Disponibilidad TIC:* mide tanto los aspectos de infraestructura como el nivel de cobertura de la red y la calidad de la electricidad suministrada, pero a su vez mide la capacidad para los individuos y los negocios de usar y proveer servicios en línea.

### **2.3.2. Políticas de T&T y condiciones propicias:**

Este subíndice captura el impacto que tiene políticas específicas y algunos aspectos estratégicos en la industria del turismo y viajes (T&T), incluye 4 pilares que son:

- *Priorización del turismo y viajes:* mide el nivel de prioridad que tienen los gobiernos en este sector, a través la inversión que proporcionan para el desarrollo de este y la estabilidad de sus políticas.
- *Apertura internacional:* mide el grado de apertura y la facilitación de viajes en cada país, evaluando la cantidad de políticas restrictivas para ingresar, las conexiones aéreas, el número de acuerdos comerciales en vigor, etc.
- *Competitividad de precios:* mide los costos relacionados con los viajes en un país, algunos son el costo relativo de un alojamiento, el costo de combustible, los cargos al aeropuerto y los impuestos de los pasajes aéreos.

- *Sustentabilidad ambiental:* mide políticas y factores como la rigurosidad y aplicación de regulaciones para la sustentabilidad ambiental por parte de los gobiernos y la evaluación del estado del agua, los recursos forestales, la vida marina entre otros.

### **2.3.3. Infraestructura:**

Este índice captura tanto la disponibilidad de la infraestructura de un país como la calidad de esta.

- *Infraestructura transporte aéreo:* mide la cantidad de transporte aéreo de acuerdo con el número de salidas, número de sillas disponibles por kilómetro (ASK), densidad del aeropuerto y número de aerolíneas operativas. Al igual que la calidad de esta infraestructura.
- *Infraestructura terrestre y portuaria:* mide la red de vías ferroviarias, así como de carreteras e infraestructura portuaria que cumple con los estándares internacionales de confort, seguridad y eficiencia.
- *Infraestructura del servicio turístico:* mide el nivel de servicios disponibles para los turistas como lo son la cantidad de habitaciones de hotel, el acceso a cajeros automáticos y renta de automóviles.

### **2.3.4. Recursos naturales y culturales:**

Captura las “principales razones para viajar” que son:

- *Recursos naturales:* mide los atractivos naturales que tiene cada país, como lo son sus patrimonios naturales, la riqueza de su fauna, el porcentaje de áreas protegidas y el total de especies conocidas.

- *Recursos culturales*: mide aspectos como la cantidad de búsquedas relacionadas a la cultura de un país, al igual que su patrimonio cultural y otros aspectos relacionados a la cultura que pueden afectar el interés de los turistas.

La tabla 1 muestra el índice de competitividad turística entre los países miembros de la Alianza del Pacífico, Alemania, España, Francia y los Estados Unidos, de acuerdo con los datos del índice de competitividad de viajes y viajes del año 2019.

## 2.1. Organización Mundial de Turismo

La OMT es el principal organismo internacional que tiene como objetivo incentivar el turismo como principal herramienta para el crecimiento económico, desarrollo inclusivo y sostenibilidad ambiental, brindando asistencia informativa y promueve el desarrollo de políticas de turismo alrededor del mundo. Además, genera instrumentos para un turismo competitivo y sostenible, e intenta reforzar y fomentar la educación en materia de turismo (UNTWO, sin fecha).

*Tabla 1 Índice de competitividad turística entre países de la AP, Estados Unidos, España y Francia.*

Índice de competitividad de viaje y turismo	Chile	Colombia	México	Perú	Estados Unidos	España	Francia
Ambiente Laboral	4,9	3,8	4,2	4,1	5,8	4,5	4,8
Seguridad y Protección	5,7	3,8	4,2	4,7	5,6	6,1	5,7
Salud e Higiene	5,2	5,2	5,4	4,9	5,8	6,2	6,5
Recursos Humanos y Mercado Laboral	4,8	4,6	4,5	4,6	5,8	4,9	5,1
Preparación TIC	5,4	4,6	4,4	4,1	6,0	5,8	5,9
Priorización del V&T	4,7	4,1	5,2	4,7	5,5	5,9	5,1
Apertura Internacional	4,7	4,6	3,9	4,5	4,0	3,9	4,2
Competitividad de Precios	5,6	5,8	5,3	5,3	4,7	5,0	4,5
Sustentabilidad Ambiental	4,2	4,4	3,9	4,4	4,1	4,7	5,3
Infraestructura de Transporte Aéreo	3,1	3,0	4,0	2,8	5,9	5,0	4,8
Infraestructura Terrestre y Portuaria	2,7	2,5	3,2	2,5	4,9	5,2	5,6
Infraestructura de Servicio Turístico	4,5	3,8	4,8	5,3	6,6	6,6	5,7
Recursos Naturales	4,5	4,4	6,0	4,7	5,0	4,8	4,9
Recursos Culturales y Viajes de Negocios	4,2	3,2	5,3	3,1	4,7	6,7	6,8

*Fuente: Elaboración propia con datos del Foro Económico Mundial 2019.*

## **2.2. Políticas Públicas**

### **2.2.1. Definición.**

“Programa de acción gubernamental en un sector de la sociedad o un espacio geográfico como: la acción social, la educación, la seguridad, la salud, la regulación del mercado de trabajo, la inmigración, el envejecimiento, la ciudad, la Unión Europea, etc.” (Ruiz Viñals, 2004, p.15).

### **2.2.2. Políticas públicas sustantivas**

Las políticas sustantivas se basan en las acciones que va a realizar un gobierno que le brindan ventajas o desventajas a un cierto grupo de la población, ejemplos de este tipo de políticas son proyectos de infraestructura, subsidios o prohibiciones para un grupo específico de la población como lo es la venta de alcohol para menores de edad. (Delgado, 2009).

### **2.2.3. Políticas públicas procedimentales**

Las políticas procedimentales explican la forma y los responsables de cómo se van a realizar estas acciones, refiriéndose a los temas de organización de las administraciones públicas (Delgado, 2009).

## **3. METODOLOGÍA**

### **3.1. Generalidades**

Balestrini (2000) señala que el marco metodológico “es el conjunto de procedimientos a seguir con la finalidad de lograr los objetivos de la información de forma válida y con una alta precisión” (p.44). Dicho de otra manera, es una estructura organizada para la recolección y análisis de información, que le permite al investigador interpretar los resultados de acuerdo con el problema de la investigación.



### **3.2. Enfoque de la investigación**

En la presente investigación se determinó que el planteamiento metodológico utilizado es el enfoque cualitativo, dado a que este enfoque es el que mejor se acopla a las necesidades de este trabajo y a sus características. El enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación, este enfoque permite “desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de la investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas” (Hernández, Fernández & Baptista, 2003, p.7).

### **3.3. Diseño de la investigación**

El objetivo del presente estudio es analizar el sector turismo en cada uno de los países miembros de la Alianza Pacífica con el fin de llegar a un acuerdo de políticas públicas orientadas, en este caso por ser una integración de estados, a la distribución de visitantes y la unificación de la oferta turística. El estudio se basa en un diseño no experimental aplicado de manera transversal, además la investigación es de tipo descriptivo para lograr entender cuáles son las políticas enfocadas al turismo que generan un impacto positivo en la economía y sus similitudes y diferencias que tienen los países de la Alianza del Pacífico con Estados Unidos y otros países europeos que son los mayores receptores de turismo en el mundo.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2003) la investigación no experimental es la que “se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal

como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (p.152). De igual manera los autores explican que las investigaciones transversales “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154). Con base en lo anterior se hace es un análisis obtenido de fuentes secundarias sobre políticas de turismo de los países de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú) y de las políticas públicas de turismo de Estados Unidos y la Unión Europea.

Este análisis de fuentes secundarias muestra que las políticas públicas de turismo fueron establecidas en momentos diferentes por los cuatro países miembros de la Alianza del Pacífico, y también que no existe una línea de tiempo continua de información respecto a la inversión en turismo por parte de los gobiernos debido a que se presentan años en donde no existen datos o informes sobre el tema. Por lo mencionado anteriormente, lo que se hace en este estudio es una recopilación de los últimos 10 años sobre las decisiones tomadas por los cuatro países y en base a estas se realiza la comparación.

### **3.4. Población**

La población se define como “un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones” (Levin y Rubin, 1996, p.10). La población de estudio estará conformada por los cuatro países fundadores de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú), así como los países con los cuales se comparará que son Estados Unidos, España, Francia y Alemania.

### **3.5. Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas de recolección de datos son “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información (...) la aplicación de una técnica conduce a la obtención de información, la cual debe ser resguardada mediante un instrumento de recolección de datos” (Falcón y Herrera, 2005, p.12).

La técnica de recolección de datos que se utiliza en la presente investigación es el análisis documental. Para Dulzaides y Molina (2004) el análisis documental es “una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada y sistemática para facilitar su recuperación” (p.2).

### **3.6. Instrumento de recolección de datos**

Un instrumento de recolección es, cualquier procedimiento que pueda utilizar el investigador para acercarse a los fenómenos y obtener información. De esta manera el instrumento sintetiza en sí el trabajo del investigador, resume los aportes del marco teórico seleccionando los datos que corresponden a los indicadores, y, por ende, a las variables y conceptos utilizados (Sabino, 1992, p.88).

### **3.7. El instrumento utilizado es la ficha de contenido.**

La ficha de contenido “de uso personal del investigador para anotar las ideas extraídas de los trabajos leídos. Indispensables para redactar la introducción, el marco teórico y la discusión de los trabajos en orden a fundamentar nuestras aportaciones” (UNAM, 2011). Para evaluar las políticas públicas de los países de la Alianza del Pacífico se diseñó la ficha de contenido con 6 ítems los cuales son actuaciones gubernamentales, inversión gubernamental, diversificación e inclusión, integración de la cadena, productos e información.

## **4. ANÁLISIS:**

### **POLÍTICAS PÚBLICAS EN MATERIA DE TURISMO EN LOS PAÍSES DE LA ALIANZA PACIFICO**

#### **4.1. Colombia**

Colombia cuenta con una gran variedad de recursos naturales. Ocupa el puesto 23 en el ranking mundial de riqueza cultural con 11 sitios declarados patrimonio cultural de la humanidad, el puesto 24 en riqueza natural con dos sitios declarados patrimonio natural de la humanidad y es el segundo en biodiversidad con 2962 especies animales conocidas en el país (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2020). De acuerdo con su oferta turística cuenta con destinos culturales, sol y playa, turismo de naturaleza, reuniones negocios-trabajo convenciones, eventos y cruceros. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2020). Ocupo el puesto 55 en el índice de competitividad turística 2019 clasificada en el cuartil medio-alto. “Este cuartil incluye muchas economías que tienen recursos naturales y culturales ricos, pero que están retenidas por infraestructura subdesarrollada, preocupaciones de seguridad o problemas de política o estructurales. Por ejemplo, Argentina, Perú, Sudáfrica, Indonesia y Colombia se encuentran entre los primeros 20 en el subíndice de Recursos Naturales y Culturales, pero ninguno ocupa un puesto más alto que el 69 (Argentina) en el subíndice de Entorno habilitador” (World Economic Forum, 2020, pág. 8).

Colombia cuenta, como se vio anteriormente, con infinidad de recursos que le proporcionan una ventaja comparativa respecto a muchos países, pero su desempeño en la industria turística será afectado directamente por eficacia con la que el país haga uso de estos. “El turismo como actividad económica involucra la participación del gobierno como institución encargada de regular todo el desarrollo del sector, y es ahí donde aparece la política pública como herramienta de intervención del Estado” (Benavides, 2015, pág. 67). Benavides hace un estudio de las políticas públicas en

materia de turismo y llega a la siguiente conclusión. “La falta de eficacia de las políticas públicas del turismo se deba no solo a la falta de diálogo con las otras políticas públicas, sino también a obstáculos dentro del propio sector durante todo el proceso de construcción de aquellas” (2015).

Dada la importancia del control del estado y su forma de regular el mercado mediante las políticas, Benavides hace un estudio de estas llegando a las siguientes conclusiones acerca de la implementación en materia de políticas públicas colombianas hasta el año 2015.

#### **4.1.1. Actuaciones gubernamentales.**

Hay ausencia de representación de los intereses de todos los actores y poca participación de estos en los ingresos generados por la actividad turística. La ausencia de políticas de tipo efectivo, es decir, con definición de tiempos, responsables y presupuestos, y no solo de un discurso coherente, que pareciera apoyarse en la mano invisible del mercado. Es indispensable que el ente público regulador no permanezca limitado a los indicadores y estadísticas, sino que trate continuamente de ofrecer servicios nuevos o modificados, que lógicamente necesitarán nuevas medidas de control (indicadores WEF, 2019). La promoción de garantías que permitan, si no la integración del turista con la población, por lo menos la ausencia de externalidades negativas para el visitante, de una monitorización permanente y uso de tecnologías y de información y, finalmente, de la logística y gestión que garanticen la movilidad de estos factores y del turista hacia el servicio o del servicio hacia el turista.

#### **4.1.2. Inversión gubernamental en turismo.**

La mayor parte del gasto del sector turismo proviene del turismo doméstico con una participación del 68% a cifras del año 2010 y la inversión por parte del gobierno directamente vinculado con los visitantes individuales alcanza un 2% del consumo total de turismo este enfocado en los ámbitos cultural, en la parte de museos y recreacional, relacionado con los parques nacionales. (Ministerio

de Comercio Industria y Turismo, 2020). En su proyecto de desarrollo turístico el gobierno ha mejorado la conectividad del país que se evidencia con el ingreso de 7 nuevas aerolíneas para un total de 27 compañías áreas a 2017 y un aumento de las rutas internacionales las cuales pasaron de un total de 68 a 80 (Semana, 2017).

Entre las más importantes estrategias está en la transformación hotelera del país y los avances en transporte aéreo. “En el país están presentes las principales cadenas internacionales entre las que se destacan Hyatt, Marriott, Sonesta, Hilton, Holiday Inn, entre otras. En seis años surgieron 2.790 nuevos establecimientos que adicionaron 35.000 camas, y los existentes remodelaron 15.500 habitaciones, con inversiones por más de 4,6 billones de pesos. Según Cotelco, para los próximos dos años 60 nuevos hoteles abrirán sus puertas, de los cuales 17 en Antioquia, 15 en Bolívar y 10 en Bogotá” (Semana, 2017). “En transporte aéreo el vuelco ha sido total. Las inversiones en los principales terminales del país, incluyendo El Dorado –el tercer aeropuerto en pasajeros de América Latina–, superan los 5 billones de pesos. Actualmente el gobierno lleva a cabo un plan para modernizar y ampliar más de 40 aeropuertos teniendo en cuenta que en una década se triplicaron los viajeros al pasar de 10 millones a 35,7 millones el año pasado” (Semana, 2017).

#### **4.1.3. La diversificación e inclusión.**

Dejar atrás los enfoques tradicionalistas que se basaban sólo en tímidas y aisladas políticas sectoriales. La ausencia de representación de los intereses de todos los actores y no solo de unos pocos, así como la participación de estos en los ingresos generados por la actividad turística. La falta de garantías que obliguen a la continuidad de los proyectos; el poco diagnóstico de las diferentes regiones, que hace que las políticas se superpongan por encima de las realidades de las poblaciones y no se explote económicamente el potencial turístico existente (haciendo que se ponga a competir turísticamente a las regiones, perdiendo de vista la competitividad nacional).

#### **4.1.4. Integración de la cadena.**

Mediante un estudio desde el punto de vista de la competitividad Benavides y Venegas (2015) encuentran que el enfoque de la política turística colombiana no impacta realmente en la competitividad ya que no integra de forma eficiente los actores del clúster turístico.

#### **4.1.5. Productos.**

En estos términos se debe tratar continuamente de ofrecer servicios nuevos o modificados, que lógicamente necesitarán nuevas medidas de control. Es decir, así como las empresas deben ser ellas mismas las que compitan y superen sus propios productos con nuevas propuestas y ofertas, en el tema de los servicios y las políticas, el propio regulador debe ser asimismo su más fuerte competencia (indicadores WEF, 2019). La poca visión para dar valor agregado a la oferta turística con un servicio diferenciado, lo que limita la competencia al centrarla en la variable precio. Esto hace que el turismo se enfrasque y destine sus esfuerzos a una forma muy estrecha de entrar o permanecer en los mercados, anquilosándose en las fases maduras del ciclo del servicio (este punto reviste vital importancia, si se tiene en cuenta que los países menos desarrollados muchas veces no cuentan con la experiencia, la estructura de costos, la economía de escala y la calidad de otras economías avanzadas, con una oferta internacional avasallante y globalizante)

#### **4.1.6. Información**

Para facilitar la toma de decisiones de inversión, ProColombia ofrece herramientas de apoyo como el Banco de Proyectos (portafolio de oportunidades para el sector de Turismo), eventos (seminarios especializados, participación en eventos del sector), información y Tool Kit (consultoría a la medida, perfil sectorial y de ciudad, páginas web especializadas, guía legal, brochures, casos y anuncios), agendas (asesoría, coordinación y acompañamiento en visitas a Colombia y reuniones)

y aperturas (coordinación y acompañamiento, ruedas de prensa, eventos y apoyo en comunicaciones).

## **4.2. México**

De acuerdo con el índice de competitividad de viajes y turismo México está en el top 25% de las economías ranqueadas. “El 25% superior tiende a superar ampliamente el promedio global en todos los pilares, aparte de la competitividad de precios. La alta concentración de economías avanzadas en el cuartil superior significa que este grupo se caracteriza por entornos comerciales sólidos, buenas condiciones de seguridad y atención médica y alta disponibilidad de TIC. También son comparativamente más abiertos a recibir visitantes internacionales que otros países. Sin embargo, sus mayores ventajas provienen de una infraestructura bien desarrollada y recursos naturales y culturales. Aunque México no clasifica como una economía de altos ingresos se encuentra en este cuartil por su combinación de ricos recursos naturales y culturales con una fuerte competitividad de precios” (Uppink, Soshkin, Fisher, & Weinberg, 2019). Este país cuenta con recursos naturales y culturales excepcionales los cuales combinan efectivamente con una competitividad de precios relativamente fuerte. (Uppink, Soshkin, Fisher, & Weinberg, 2019, pág. 3) Este país ocupa el primer lugar a nivel mundial en atractivos naturales, tiene una fuerte demanda digital, ocupa el noveno lugar con una extensa vida silvestre y el séptimo en número de sitios de patrimonio natural ( Uppink et al, 2019, pág. 19).

### **4.2.1. Actuaciones gubernamentales**

De acuerdo con la secretaría de turismo de México (SECTUR), el país se ha enfocado en darle un impulso a la gobernanza realizando una evaluación de políticas, programas y planes para promover el desarrollo turístico sustentable. Se efectuaron las recomendaciones de política realizadas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) enfocadas en áreas



prioritarias para el desarrollo económico y el incremento de inversiones. Estas son el fortalecimiento de la gobernanza, las mejoras en el sistema de transporte movilidad y conectividad para el viaje del turista; crecimiento incluyente, desarrollo regional y de nuevos destinos; diversificación de productos; inversión y fortalecimiento de las Pymes turísticas (SECTUR, 2017).

#### **4.2.2. Inversión gubernamental en turismo**

“Se otorgó durante 2016 un presupuesto del PRODERMAGICO, para infraestructura y equipamiento de Destinos prioritarios y Pueblos Mágicos, en el cual se apoyaron dentro del total de los 172 proyectos; 65 de ellos fueron para Pueblos Mágicos, con un monto federal de 641.94 millones de pesos, de los cuales 423.02 millones son recursos federales y 218.92 millones estatales. Con ello se ha logrado la rehabilitación de imagen urbana, cableado subterráneo, rehabilitación de parques y espacios públicos, entre otras acciones” (SECTUR, 2017). “Para contribuir a la diversificación de la oferta turística en México para el ejercicio 2017 a través del PRODERMAGICO, se aprobaron 122 proyectos y una inversión de recursos por 471.8 millones de pesos para su ejecución, para lo cual se suscribieron 30 Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de subsidios en Materia de Desarrollo Turístico con igual número de Entidades Federativas; por lo que se han transferido recursos que representan el 59.4% del total de los recursos comprometidos” (SECTUR, 2017).

El gobierno mexicano sigue en la misión de fortalecer el desarrollo de la actividad turística, pero en el año 2020 no planea elevar el gasto para ello puesto que SECTUR contará con recursos por 5 mil 34 millones de pesos para el año 2020, es decir un 43% inferior al del aprobado para el año 2020 (REPORTUR, 2019).

Mediante el programa conéctate al turismo, la integración de instituciones financieras como Bancomext, Nafin, Fira y FND, han impulsado el desarrollo de proyectos como el de mejora tu

hotel el cual consiste en Créditos para la inversión en activo fijo, adquisición de equipo, certificaciones, actualización de marca, ampliación y remodelación, reconversión y sustentabilidad, construcción de nuevos hoteles (SECTUR, 2017). Además, también se ha incrementado históricamente la conectividad aérea “Se registraron 371 rutas aéreas nacionales en México durante 2016, 41% más que en 2012, y 453 rutas internacionales, 27.6% más que en 2012” (SECTUR, 2017).

#### **4.2.3. Diversificación e inclusión**

En cuanto a los productos el país ha desarrollado estrategias están enfocadas a impactar sectores específicos en medios digitales, “Al 30 de junio de 2017, la comunidad de VisitMexico en redes sociales cuenta con 7,242,842 usuarios y se encuentra posicionada entre las tres primeras comunidades de organismos turísticos internacionales con mejor desempeño en línea, de acuerdo con Facebook” (SECTUR, 2017). “Las oficinas de representación en el exterior realizaron más de 1,300 acciones promocionales, se participó en 126 trade shows, 74 presentaciones y se organizaron 223 eventos promocionales, así como 29 caravanas de promoción turística y 4 certificaciones. Todo ello como parte de la estrategia de posicionamiento de México como destino turístico a nivel mundial, orientados a la diversificación de destinos y segmentos” (SECTUR, 2017).

En el marco de FITUR donde México recibió dos reconocimientos a proyectos turísticos exitosos, siendo uno de los ganadores el estado de Morelos, que obtuvo el galardón Mejor Producto de Turismo Activo Categoría Internacional, por el proyecto Tepoztlán Magia y Cultura, y el segundo premio lo otorgó la Sociedad Estatal Española dedicada a la Gestión de la Innovación y Tecnologías Turísticas al estado de Jalisco, por el proyecto Tequila: Destino Turístico Inteligente (SECTUR, 2017).

#### **4.2.4. Integración de la cadena**

Las recomendaciones de la OCDE están enfocadas en la integración de los servicios de transporte mexicanos también recomienda convergencia en los planes de acción (2015). Últimamente SECTUR se ha preocupado por integrar a las mujeres en los mandos medios y superiores del sector turismo. Además la Secretaría de Turismo presentó la Estrategia de integración para la conservación y el uso sustentable de la biodiversidad en el sector turístico (2016-2022), “la cual es resultado de un exhaustivo trabajo inter e intra sectorial para integrar los criterios de conservación y uso sustentable de la biodiversidad al modelo de desarrollo del turismo sustentable en México, así como la reducción de los impactos adversos que el Cambio Climático tiene y tendrá en las actividades del sector” (SECTUR, 2017).

#### **4.2.5. Productos**

Se han desarrollado visitas de reconocimiento a destinos tradicionales mostrando nuevas alternativas de actividades culturales que sirvan de insumos a operadores de viajes para renovar sus productos y así vincularlos con productos culturales para procurar prolongar la estadía del turista en los destinos e incrementar su derrama económica (SECTUR, 2017). También se ha intentado sentar las bases para un turismo religioso.

#### **4.2.6. Información**

México tiene instituciones especializadas para dar cuenta del sector turístico entre las que se encuentran DATATUR Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México, INFOTUR Servicios de Orientación e Información Turística y además con una página con la información de toda su oferta turística.

### **4.3. Perú**

Perú es un país megadiverso considerado uno de los 17 países con mayor biodiversidad del mundo (ONU, 2002). Es el segundo país con más especies de aves, el tercero en anfibios y mamíferos, y el quinto en reptiles (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015). Cuenta con 12 sitios declarados patrimonio mundial a la humanidad, 8 culturales, 2 naturales y 2 mixtos (UNESCO, n.d.). Su oferta turística cuenta con una enorme historia cultural milenaria que lo dota de un patrimonio histórico – arqueológico y una variedad de regiones y climas, pero también tiene para ofrecer destinos modernos y cosmopolitas, destacando por sus hoteles, arte y gastronomía (OMT, 2016). Ocupó el puesto 49 en el índice de competitividad turística 2019, ubicándolo al igual que Colombia en el cuartil medio – alto (Foro económico mundial, 2019).

#### **4.3.1. Actuaciones gubernamentales**

Existe una coordinación gubernamental ineficiente generando obstáculos para la planificación y colaboración sostenible entre los distintos actores en la actividad turística. Las instituciones gubernamentales, ministerios y agencias de cultura y turismo, siguen trabajando en proyectos de manera individual, es necesario que se logre alcanzar una alianza coherente entre las instituciones para alcanzar mejores niveles de eficiencia y eficacia (OMT, 2016).

#### **4.3.2. Inversión gubernamental en turismo**

El país hace hincapié en diversificar su portafolio turístico para descentralizar el turismo extranjero de su atractivo principal Machu Pichu, y desarrollar experiencias atractivas en actividades de cultura viva con el fin de aumentar la demanda de experiencias locales. La ventaja que este enfoque brindaría es la de poder impactar directamente en las pequeñas comunidades en el desarrollo económico, social y cultural a través del turismo. La OMT recalco que, se necesita pasar de una inversión en infraestructura a una inversión en las mismas personas, con el fin de impulsarlas a

desarrollar experiencias turísticas. Es necesario enfocar la inversión en el desarrollo de recursos humanos para formar a la población local en el trato de turistas, creación de actividades culturales y otras experiencias (OMT, 2016).

#### **4.3.3. La diversificación e Inclusión**

El turismo sostenible y creativo tiene como principal proceso el desarrollo de la comunidad, siendo la identidad de cada comunidad el elemento clave. Debido a esto se requiere el desarrollo de procesos de participación de estas comunidades, tanto en destinos potenciales como en los más desarrollados actualmente. En los destinos donde se dificulta la gestión del turismo se ha visto la necesidad de crear movimientos de mayor participación ciudadana para la articulación de objetivos que reflejen y representen a las distintas comunidades y sectores productivos. Esto también se espera poder aplicar en destinos emergentes, para un mejor desempeño (OMT, 2016).

#### **4.3.4. Integración de la cadena**

A pesar de que el país ha hecho una buena labor en la preservación y promoción de su patrimonio cultural, sus políticas no han afectado de manera eficiente la competitividad debido a que el turismo se ha concentrado principalmente en la ciudad de Cusco y Machu Pichu, haciendo que muy pocos actores se vean representados en las políticas públicas más importantes (OMT, 2016).

#### **4.3.5. Productos**

Bajo la estrategia del Turismo Rural Comunitario del ministerio de comercio exterior y turismo, se ha logrado desarrollar productos competitivos y con alto valor agregado, fortaleciendo las capacidades y competencias de emprendedores rurales en el desarrollo de negocios turísticos (Mincetur, 2016) . Además, el sector privado ha fortalecido sus alianzas con las comunidades locales, en el desarrollo de turismo de aventura brindando valor agregado a las visitas turísticas

mediante practicas guiadas por gente de la comunidad, pero formadas por las empresas privadas. (OMT, 2016).

#### **4.3.6. Información**

Perú cuenta con una lista enorme de entidades públicas encargadas de la regulación del turismo, siendo el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negocios Comerciales Internacionales (MINTINCI) la entidad superior. Las otras entidades son el Viceministerio de Turismo del MINTICI, las Direcciones Regionales del MINTICI, la Dirección Nacional de Turismo, Policía de Turismo (POLTUR), la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU) y el Servicio de Protección al Turista (STP).

#### **4.4. Chile**

Chile es considerado el país más competitivo de América Latina, destacando por su ambiente apto para los negocios y su capital humano (Foro Economico Mundial, 2018). Actualmente cuenta con 6 sitios considerados patrimonios culturales de la humanidad (UNESCO, n.d.). cuenta con una oferta turística que destaca principalmente por su turismo cultural y su turismo de aventura, a su vez cuenta con una diversa variedad de regiones como por ejemplo el desierto de Atacama en el norte, una zona templada en el centro y en la punta sur cuenta con un clima mucho más húmedo e incluso polar en la parte de la Patagonia chilena (Chile, 2020). Ocupó el puesto 52 en el índice de competitividad turística 2019, ubicándolo al igual que Colombia y Perú en el cuartil medio – alto (Foro economico mundial, 2019)

##### **4.4.1. Actuaciones gubernamentales**

Existe una coordinación entre las diferentes entidades del gobierno, para la promoción e implementación de estrategias turísticas. Estas entidades son SERNATUR, los gobiernos regionales, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el instituto nacional de deporte. Esto

permite focalizar objetivos y obtener mayores niveles de eficiencia por parte del gobierno (Gobierno de Chile, 2012).

#### **4.4.2. Inversión gubernamental en turismo**

Siendo su objetivo principal el aumento de una oferta turística para la atracción de inversionistas extranjeros y el desarrollo turístico. A través de la subsecretaría de turismo, se utiliza el uso de concursos públicos para la evaluación y posterior patrocinio de proyectos que estén en línea con los objetivos del plan de desarrollo turístico. Al igual que se impulsará los emprendimientos menores que tengan el potencial de influir positivamente a futuro en las zonas que presentan un bajo desempeño económico o zonas consideradas extremas. Para esto, las herramientas puestas a disposición son cofinanciamientos, subsidios a la pre-inversión, bonificación a la mano de obra y los créditos tributarios (Gobierno de Chile, 2012).

#### **4.4.3. La diversificación e inclusión**

Las comunidades originarias, comunidades indígenas, tienen acceso por parte del estado a capacitaciones para los emprendedores que deseen ofrecer servicios turísticos, con el fin de mejorar su competitividad y participación en el desarrollo de la zona a la cual pertenecen. Integrando a estas comunidades en la gestión, planeación y fiscalización de políticas turísticas y en el diseño de planes que afectan la actividad turística. De igual manera, el Estado ha ido aumentando la promoción de esos sectores como destinos turísticos tanto para turistas nacionales como internacionales (Gobierno de Chile, 2012).

#### **4.4.4. Integración de la cadena**

Los municipios regionales son incentivados a incorporarse a la actividad turística nacional, permitiendo la participación de los distintos actores locales, públicos y privados que conforman el

encadenamiento en el sector turístico para su permanencia en la gestión de actividades (Gobierno de Chile, 2012).

#### **4.4.5. Productos**

Con el objetivo de dar mayor diversificación a los productos rurales, la innovación y mejoramiento de dichos productos es utilizada con el fin de dar un mayor valor agregado y promover su identidad cultural. Además de capacitar a los emprendedores en el sector rural en temas de calidad turística en distintos grados de conocimientos técnicos y de formalización (Gobierno de Chile, 2012).

#### **4.4.6. Información**

Chile cuenta con entidades como SERNATUR, servicio nacional de turismo, la cual es una entidad pública encargada investigar, promover, fomentar, planificar y coordinar acciones turísticas. De igual forma cuenta con la CNC, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo que es una federación gremial sin fines de ánimo de lucro que reúne a empresas y gremios de las áreas de turismo, servicios y comercio.

### **5. Recomendaciones y conclusiones**

Después de realizar un análisis descriptivo de las políticas públicas en el sector turismo en cada uno de los países miembros de la alianza Pacífico (véase anexo 1) y basándonos en la teoría de (Esen & Uyar, 2012) donde se determina que para un éxito continuo y general de los factores que determinan el poder competitivo en materia turística debería existir la integridad del sistema. Se propone una agenda futura para la AP en materia de políticas públicas (véase Anexo 2) con el fin de plantear unas bases de los temas a los cuales se les debe apuntar en un futuro cercano.

En materia actuaciones gubernamentales la agenda futura de la alianza Pacífico debe llevar a cabo seminarios de gobernanza en los cuales México puede llevar la voz en materia de desarrollo



profesional, donde países como Colombia Perú y Chile pueden aprender de sus experiencias para representar efectivamente las políticas de todos los actores pertenecientes a este sector. Se debe reglamentar las actividades del turismo en pro de la sostenibilidad y la sinergia de las organizaciones encargadas. La Unión Europea está en busca de cooperación con aquellos países que puedan constituir una fuente de visitantes para los destinos europeos oportunidad que debe aprovechar la AP para hacer asociaciones y relaciones. Además, la implementación de un proyecto a nivel de la alianza Pacífico como el que existe en Colombia llamado Colombia joven.

En materia de inversión gubernamental se deben compartir experiencias en materia de mejoramiento de infraestructura la posibilidad de creación de nuevos proyectos conjuntos a nivel de la alianza Pacífico y mejora de los tiempos de entrega de estos. Se deben aprovechar las experiencias entre los 4 países con la implementación de subsidios a ciertos actores del sector y evaluar su efectividad real. Implementar una red de apoyos entre los países para la capacitación de integrantes del sector, los cuales pueden servir para la creación de redes y alianzas entre los miembros de la AP.

En cuanto a la diversificación e inclusión existe la necesidad de incluir equipos tecnológicos en el sector turístico colaborando con seminarios de revisión de la oferta turística e ideas novedosas y compartidas para la ampliación de esta. Es importante evaluar las tendencias de turismo de las personas mayores de 65 años y población con alguna discapacidad los cuales son metas entre los países más desarrollados. También se deben buscar alternativas para aprovechar y aumentar las temporadas de viajes.

Los países necesitan mejorar la integración en la en la cadena tanto intra como intersectorial incluyendo el enfoque de género como en México y las relaciones entre compañías turísticas y comunidades que prestan el servicio de turismo. En Europa se están llevando a cabo sinergias

importantes con la artesanía y oficios artísticos los cuales pueden contribuir a la conservación del patrimonio cultural y el desarrollo de economías locales.

En cuanto a los productos deben hacer un continuo trabajo en búsqueda de agregar valor a las experiencias y buscar alternativas de aprovechamiento economías de escala a nivel de la AP. Cada país debe enfocarse en mejorar aquellos puntos que el índice de turismo refleja bajo rendimiento como lo son la seguridad, la infraestructura y las comunicaciones, así como también tener una responsabilidad hacia el uso de los recursos naturales promoviendo una oferta turística sostenible.

La AP necesita mejorar las cuentas de datos e información que permitan hacer estudios y aplicar técnicas econométricas y modelos teóricos para evaluar y mejorar la eficiencia del sector.

Fortalecer y promocionar la marca país además de mejorar sus páginas web donde las personas pueden encontrar información y sugerencias de planes turísticos. En Estados Unidos (véase anexo 3) la inversión en herramientas de nueva generación para la recolección de datos precisa y veloz, posibilita que se tomen políticas más acertadas y al mismo tiempo conocer a mayor profundidad los aspectos microeconómicos que pueden pasarse por alto al no tener un sistema de recolección de dato, lo cual puede afectar negativamente los resultados de una política pública.

## 6. Bibliografía

Alianza del pacífico. (20 de Enero de 2020). *Alianza del pacífico el poder de la integración.*

Obtenido de Alianza del pacífico el poder de la integración:

<https://alianzapacifico.net/grupo-tecnico-de-turismo/>

Alianza Pacífico. (20 de Febrero de 2020). *Alianza Pacífico, el poder de la integración regional.*

Obtenido de alianzapacifico.net: <https://alianzapacifico.net/>

Alianza Pacífico. (N/A). La calidad turística en los países de la Alianza Pacífico. *La calidad turística en los países de la Alianza Pacífico*, 9.

- Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Elsevier*, 67.
- Chile. (30 de 04 de 2020). *Chile es tuyo*. Obtenido de Chile es tuyo:  
<https://www.chileestuyo.cl/que-hacer/>
- Comisión Europea. (30 de Junio de 2010). *EUR-Lex.europa.eu*. Obtenido de EUR-Lex.europa.eu: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>
- Esen, S., & Uyar, H. (2012). Examining the competitive structure of Turkish tourism industry in comparison with diamond model . *Elsevier* , 623.
- Foro Economico Mundial. (2018). Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2018/10/que-hace-que-chile-sea-la-economia-mas-competitiva-de-america-latina-f05ff0e2-ef94-4d5c-b019-9fb0234b2bc3/>
- Foro economico mundial. (2019).
- Gobierno de Chile. (2012). Obtenido de Estrategia Nacional de Turismo:  
<http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/10/Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf>
- Mincetur. (2016). Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR\\_Final\\_JULIO2016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf)
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). *Ministerio de Agricultura y Riego*. Obtenido de Minagri.gob.pe: <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/47-sector-agrario/recurso-biodiversidad/345-diversidad-de-especies>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (15 de Febrero de 2020). *Estrategia de turismo para colombia*. Obtenido de Fontur:  
[https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/1.\\_PRIMER\\_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE A.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE A.PDF)
- National Travel & Tourism Office. (2012). Obtenido de <https://travel.trade.gov/pdf/national-travel-and-tourism-strategy.pdf>
- OMT. (2016). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>
- OMT. (2016). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>
- OMT. (2 de Febrero de 2020). *Organización Mundial de Turismo* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo>
- ONU. (2002). Obtenido de <https://www.un.org/spanish/conferences/wssd/documentos/aconf199pc17.pdf>
- Organización Mundial de turismo. (2019). Panorama del turismo internacional, edición 2019. *Panorama del turismo internacional* , 2.

- REPORTUR. (19 de Septiembre de 2019). *REPORTUR. mx*. Obtenido de REPORTUR. mx: <https://www.reportur.com/mexico/2019/09/10/mexico-castiga-al-turismo-sectur-la-secretaria-menos-presupuesto/>
- Rudenko, O. V. (2017). Current activities of the european commission on the implementation of the legal and other aspects of sustainable tourism in the european union. *Journal of Eastern European Law*, 31-35.
- SECTUR. (2017). 5 informe de labores 2016-2017. *5 informe de labores 2016-2017*, 1-150.
- Semana. (3 de Noviembre de 2017). *Semana*. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/economia/articulo/turismo-colombia-podria-ser-una-potencia/518110>
- Statista. (2019). Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/214686/number-of-international-visitors-to-the-us/>
- UNESCO. (s.f.). Obtenido de <https://whc.unesco.org/en/statesparties/pe>
- UNESCO. (s.f.). Obtenido de <https://whc.unesco.org/en/statesparties/cl>
- UNWTO. (20 de Enero de 2020). *world turism barometer*. Obtenido de [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO\\_Barom20\\_01\\_January\\_excerpt\\_0.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt_0.pdf)
- Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2019). World Economic Forum. *The Travel & Tourism*, 8. Obtenido de World Economic Forum.
- World Economic Forum. (20 de Febrero de 2020). *World Economic Forum*. Obtenido de weforum: <https://www.weforum.org/>

## 7. Anexos

Tabla 2 Anexo 1: Comparación de políticas públicas de turismo países miembros de la Alianza del Pacífico

País	Actuaciones Gubernamentales	Inversión Gubernamental	Diversificación e Inclusión	Integración de la Cadena	Productos	Información	Agenda Futura para el país
Colombia	<p>Representar a todos los actores</p> <p>Crear políticas efectivas</p> <p>Innovación</p> <p>Reducción de externalidades</p> <p>Mejoras tecnológicas</p>	<p>En mejorar conectividad</p> <p>Aumento de aerolíneas</p> <p>Presencia de cadenas hoteleras internacionales</p> <p>Remodelación de hoteles</p> <p>Modernización de terminales aéreas</p>	<p>No aislar sectores</p> <p>Proyectos que no se terminan</p> <p>Hacer diagnósticos de regiones</p> <p>Políticas reales</p>	<p>Carencia de integración eficiente</p>	<p>Innovar</p> <p>Empresas que se reinventen</p> <p>Dar valor agregado</p> <p>Aprovechar economías de escala</p>	<p>Cuenta con portafolio de oportunidades</p> <p>Ruedas de prensa</p> <p>Seminarios</p> <p>Asesorías</p>	<p>Promoción de turismo sustentable</p> <p>Actualizaciones de marca</p> <p>Enfoque de genero</p> <p>Reconocimiento de destinos</p> <p>Turismo religioso</p> <p>Esfuerzos inter e intra sectoriales</p> <p>Impacto de medios digitales</p> <p>Página web posicionada</p> <p>Mejorar la participación ciudadana</p>
Chile	<p>Promoción e implementación de estrategias turísticas.</p> <p>Coordinación entre distintas entidades gubernamentales.</p>	<p>Patrocinio de proyectos turísticos.</p> <p>Promover y financiar a pequeños emprendedores, al igual que brindar beneficios fiscales para los que puedan beneficiar áreas de bajo desempeño.</p>	<p>Capacitar a las comunidades locales.</p> <p>Aumentar su participación en la planeación de estrategias.</p> <p>Promocionar el turismo en las pequeñas comunidades.</p>	<p>Integración eficiente que permite la participación de todos los actores públicos y privados.</p>	<p>Productos con valor agregado.</p> <p>Innovación.</p> <p>Identidad cultural.</p>	<p>Instituciones enfocadas en la promoción, planeación y fomentación turística que permiten la recolección de datos.</p> <p>Ausencia de página web.</p>	<p>Promocionar más el turismo sustentable.</p> <p>Página web posicionada.</p> <p>Actualización de marca.</p>
México	<p>Promoción de turismo sustentable</p> <p>Mejoró sistemas de transporte</p> <p>Enfoque en áreas prioritarias para el desarrollo económico e incremento de inversiones</p> <p>Desarrollo regional</p>	<p>Inversión en infraestructura</p> <p>Rehabilitaciones urbanas</p> <p>Otorgó subsidios para desarrollo turístico</p> <p>Integración de la banca en proyectos</p> <p>Incremento de conectividad aérea</p>	<p>Actualizaciones de marca</p> <p>Adquisiciones de equipos</p> <p>Remodelaciones</p> <p>Impacto de medios digitales</p> <p>Diversificación de segmentos</p> <p>Turismo religioso</p> <p>Destinos turísticos inteligentes</p>	<p>Enfoque de genero</p> <p>Integración de sostenibilidad</p> <p>Esfuerzos inter e intra sectoriales</p>	<p>Reconocimiento de destinos</p> <p>Alternativas de actividades culturales</p> <p>Estrategias de prolongación de estadía</p>	<p>Instituciones encargadas de dar orientación y crear estadísticas</p> <p>Página web posicionada</p>	<p>Desarrollo de turismo de aventura</p> <p>Hacer diagnósticos de regiones</p> <p>Cuenta con portafolio de oportunidades</p>

Perú	Coordinación ineficiente Individualidad de ministerios y agencias	Necesidad de inversión en infraestructura Necesidad de inversión en educación	Descentralizar el turismo Necesidad de impactar directamente pequeñas comunidades Ampliar la oferta a nuevas experiencias Mejorar la participación ciudadana	Alianzas sector privado – Comunidades locales Prácticas guiadas entre comunidad y empresas privadas	Desarrollo de turismo de aventura Turismo cultural Oferta histórica Cuenta con hoteles destacados Oferta artística y gastronómica	Ausencia de página web. Ausencia de coordinación entre las entidades que no permiten una mejor recolección de datos.	Página web posicionada. Diversificación de su portafolio turístico. Aumentar la participación ciudadana. Fomentar la inversión extranjera.
------	--	--	---	---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT, Estudios académicos y el FEM

Tabla 3Anexo 2: Agenda futura de la Alianza del Pacífico en políticas públicas de turismo comparada con las políticas de la Unión Europea

	<b>Actuaciones Gubernamentales</b>	<b>Inversión Gubernamental</b>	<b>Diversificación e Inclusión</b>	<b>Integración de la Cadena</b>	<b>Productos</b>	<b>Información</b>
AP	<p>Seminarios de gobernanza donde México puede llevar la voz en materia de desarrollo regional.</p> <p>Aprender de sus experiencias para representar efectivamente las políticas de todos los actores del sector.</p> <p>Reglamentar las actividades de turismo en pro de la sostenibilidad y la sinergia de las organizaciones encargadas del turismo</p>	<p>Compartir experiencias en materia de mejoramiento de infraestructura, posibilidad de creación de proyectos conjuntos y mejora de tiempos.</p> <p>Aprovechar las distintas experiencias entre los cuatro países en la implementación de subsidios y evaluar su efectividad real y hablar de apoyos entre países para la capacitación de integrantes del sector los cuales pueden servir para la creación de redes y alianzas entre los países</p>	<p>Necesidad de incluir equipos tecnológicos en el sector hablando de sinergias y colaboraciones, seminarios de revisión de oferta turística e ideas novedosas y compartidas para su ampliación</p>	<p>Mejorar Apoyo inter e intra sectoriales, hablar sobre empresas y comunidades para estrechar y mejorar términos de las relaciones e incluir el enfoque de género en lo cual México puede ayudar</p>	<p>Continuar trabajando en agregar valor a las experiencias y buscar una alternativa de aprovechamiento de economías de escala a nivel de la alianza pacífico.</p>	<p>Mejorar las fuentes de datos e información que permitan hacer estudios y aplicar técnicas econométricas y modelos teóricos para mejorar la eficiencia del sector a nivel de la alianza pacífico.</p>

<p>UE</p>	<p>Apoyo a varias direcciones en turismo, como patrimonio cultural, turismo gastronómico.</p> <p>Propiciar la cooperación entre los Estados miembros, en particular mediante el intercambio de buenas prácticas; y desarrollar un enfoque integrado del turismo garantizando la toma en consideración de este sector en sus demás políticas.</p> <p>También debe reforzar la cooperación con dichos países, cuya población puede constituir una fuente de visitantes para los destinos europeos a medida que aumenta su nivel de vida.</p> <p>Elaborar un mecanismo voluntario de intercambio de información en línea para coordinar mejor las vacaciones escolares entre los Estados miembros, sin perjuicio de las tradiciones culturales de los Estados miembros.  </p>	<p>Uso de tecnologías innovadoras en el ámbito del turismo;</p> <p>Mejorar las habilidades profesionales de los trabajadores de la industria del turismo;</p> <p>Apoyo financiero para pequeñas y medianas empresas orientadas al desarrollo de rutas turísticas en Europa</p> <p>Apoyo de un alto nivel de protección ambiental;</p>	<p>Apoyo para aumentar la temporada de turismo</p> <p>Las personas mayores de 65 años representarán un 20 % de la población turística en 2020. adaptación del sector para responder a sus particularidades. Es lo mismo que sucede con la acogida de los turistas con movilidad reducida (recientemente estimado en 127 millones de personas deben incluirse en la oferta de los servicios turísticos.</p> <p>Facilitar un mecanismo de intercambios turísticos voluntarios entre Estados miembros, que permita viajar durante la temporada baja en particular a algunos grupos clave, como los jóvenes, las personas mayores, las personas con movilidad reducida y las familias con renta baja.</p>	<p>Por ello, la oferta turística a partir de ahora debe tener en cuenta las dificultades relacionadas con el cambio climático, la escasez de los recursos hídricos y energéticos, la presión sobre la biodiversidad y también los riesgos que plantea el turismo de masas para el patrimonio cultural. Las empresas turísticas deben reducir su consumo de agua potable cuando hay riesgo de sequía, sus emisiones de gas de efecto invernadero y su huella medioambiental. sinergias importantes con la artesanía y los oficios artísticos, que pueden contribuir a conservar el patrimonio cultural y a desarrollar las economías locales.</p>	<p>Actitud responsable hacia el uso de los recursos naturales.</p> <p>seguridad y servicio esperado, especialmente para personas mayores y personas con discapacidad.</p> <p>Conviene desarrollar la innovación en el turismo, reforzar la calidad de la oferta en todas sus dimensiones,</p> <p>Diversificar la oferta turística Europa debe proponer una oferta turística sostenible y de calidad haciendo valer sus ventajas comparativas, en particular su diversidad de paisajes y su extraordinaria riqueza cultural.</p> <p>promover la competitividad de las empresas de este sector y crear un entorno favorable a su desarrollo;</p>	<p>Combinación de datos socioeconómicos en toda Europa para comprender mejor las necesidades de los turistas dentro de la UE.</p> <p>Creación de una marca europea en el mercado de servicios turísticos mediante la consolidación de los esfuerzos de los Estados miembros de la UE (EM);</p> <p>Apoyo a las campañas turísticas y sitios web con información sobre los principales destinos y servicios europeos prestados a los turistas para atraer clientes.</p> <p>contribuir a mejorar los datos estadísticos y los análisis relativos al turismo.</p>
-----------	--	---	---	--	--	---

Fuente: políticas públicas de la UE <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>

Tabla 4 Anexo 3: Políticas Públicas de Estados Unidos

<p>Estados Unidos</p>	<p>Remover barreras de acceso al país como las de transporte aéreo haciendo uso de acuerdos como el “open skies air transport agreements”.</p> <p>Aumentar la eficacia en el personal y las instalaciones gubernamentales que procesan las aplicaciones de VISA en distintos países con el objetivo de aumentar la entrada de turista de países que necesiten de este requerimiento.</p> <p>Las agencias federales no han emprendido un enfoque coordinado para promover los destinos turísticos, facilitando viajar para visitantes o brindarles una experiencia de calidad.</p>	<p>Inversión para mejorar el transporte aéreo, enfocándose en la innovación de dicho sector, modernizando la infraestructura invisible del espacio aéreo con tecnologías “NexGen”.</p> <p>Inversión en una serie de herramientas para apoyar el sistema de fuerza de trabajo público en todos principales sectores económicos, incluidos los viajes y el turismo, con un enfoque en la promoción de la innovación y la intercambio de mejores prácticas.</p> <p>Desarrollo de redes peatonales y de bicicleta, tranvías, ferroviarias y transporte alternativo. Reforzando las conexiones multimodales en ciudades y pueblos.</p>	<p>Reforzar la implementación de oportunidades para el desarrollo de la fuerza laboral a través de leyes como la WIA ,por sus siglas en inglés, para la capacitación laboral de adultos mayores, trabajadores desplazados y jóvenes desfavorecidos, integrándolos al mercado turístico.</p>	<p>El gobierno debe reforzar el turismo ecológico debido el país cuenta con múltiple variedad parques naturales y zonas geográficas aptas para este tipo de turismo y para el turismo de aventura, pero no cuentan con un nivel de promoción similar al que se tiene en el turismo dentro de las grandes ciudades. Fomentar la participación de la comunidad local, en el desarrollo de productos turísticos ecológicos y de aventura para el desarrollo de la economía de esas zonas y brindar formación y beneficios financieros para los emprendedores de dichas zonas</p>	<p>Fomentar los destinos rurales y sus productos locales mejorando la información disponible para el turista, a través de agencias federales y agencias privadas haciendo también de información de geoturismo y productos cartográficos en todas las jurisdicciones.</p>	<p>Realizar investigaciones y medir resultados, Si bien el Departamento de Comercio puede proporcionar estimaciones de visitas internacionales para la mayoría de los estados, territorios y ciudades principales, esa información a menudo no cubre destinos menos transitados. Será necesario desarrollar métricas para evaluar el progreso en objetivos delineados en esta Estrategia Nacional</p>
-----------------------	---	---	---	---	---	---

Fuente: Políticas Publicas de Estados Unidos <https://travel.trade.gov/pdf/national-travel-and-tourism-strategy.pdf>