

UNA MIRADA AL PAÍS

Barreras de entrada como ejes de sostenibilidad en el turismo de naturaleza, comprendido bajo el largo plazo

Laura Gualdrón Urrego
Camila García*

Introducción

Colombia es el segundo país con mayor biodiversidad y se encuentra dentro de los países más megadiversos a nivel mundial (Colciencias, 2016), lo cual le permite aprovechar la riqueza natural existente a lo largo del territorio nacional para realizar diferentes actividades que impliquen un contacto cercano con el medio ambiente.

Dado lo anterior, es conveniente que en el país se empiece a analizar la importancia del sector turístico en Colombia y en especial del turismo ecológico. Sin embargo, es fundamental que se controle y regule esta



Fuente: Instagram @parquescolombia, tomada en El Parque Nacional Natural Selva de Florencia, ubicado en el departamento de Caldas. Fotógrafo Milton Pineda.

actividad por dos razones: primero, es un mercado naciente que necesita formar bases sólidas para garantizar sostenibilidad en el largo plazo; segundo, dado que el eje central de este turismo es la naturaleza, se necesitan ciertas regulaciones que permitan que las actividades desarrolladas sean amigables con el medioambiente y que cada uno de los agentes participantes se comprometan a ofrecer servicios responsables y de calidad.

* Estudiantes de IX semestre de Economía en la Universidad Externado de Colombia. Correos-e: [Laura.gualdron@est.uexternado.edu.co], [Camila.garcia01@est.uexternado.edu.co]

Este trabajo comienza con la descripción del problema que presenta la definición del turismo de naturaleza y sus agentes, continúa con una breve revisión bibliográfica en la cual se tienen en cuenta las dimensiones del problema, también la importancia de las barreras de entrada, la reglamentación que rige a Colombia y la definición del mercado naciente; finalmente se plantea una ruta para la solución del problema haciendo énfasis en una pequeña comparación con el caso peruano y las conclusiones del trabajo.

Turismo de naturaleza

En el año 2017, Colombia presentó un mayor dinamismo en el sector turístico; esta situación permitió observar la necesidad de impulsar proyectos que le den mayor competitividad y liderazgo en la región (Revista Dinero, 2018).

Dentro de la gran variedad de opciones turísticas existentes en el país, el turismo de naturaleza ha venido en auge. Esto representa una oportunidad para Colombia debido al gran potencial de biodiversidad; sin embargo, de acuerdo con las estimaciones hechas por Procolombia que se presentan en el artículo *Las 11 experiencias de turismo de naturaleza que ofrece Colombia*, un turista de naturaleza en promedio gastaría diariamente US\$400, mientras que uno

convencional gastaría US\$320 menos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017).

De acuerdo con la definición de la OMT (Organización Mundial del Turismo), el turismo de naturaleza es “toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales” (2002, párr. 1).

Siendo esto así, en Colombia existe un paquete de servicios que conforman el turismo de naturaleza, con tres subproductos principales: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. El *turismo de aventura* es aquel que implica actividades que requieren de cierto grado de actividad física relacionada con prácticas en ambientes naturales y con un alto componente de trabajo en grupo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012, p. 13).

El *ecoturismo*, de acuerdo con la Resolución 531/2013 del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, se define como “la modalidad turística especializada y sostenible, enfocada a crear conciencia sobre el valor de las Áreas del Sistema, a través de actividades de esparcimiento tales como la contemplación, el deporte y la cultura, contribuyendo al cumplimiento de

sus objetivos de conservación y a la generación de oportunidades sociales y económicas a las poblaciones locales y regionales” (2013, p. 7).

Por otro lado, Pérez *et al.* mencionan que Montiel *et al.* definen el *turismo rural* como “un proceso turístico que tiene como destino el aprovechamiento de las particularidades y potencialidades propias del ambiente rural, con el fin de satisfacer las motivaciones del que viaja y el afán de desarrollo local de las comunidades rurales, manteniendo niveles aceptables de impacto sobre sus recursos y la rentabilidad de la empresa que comercializa el producto” (2009, p. 3).

En el cuadro 1 se pueden observar algunas de las principales actividades de los subproductos antes mencionados. Además, es importante destacar que el turismo de naturaleza tiene unos productos complementarios que permiten el desarrollo de este tipo de turismo. Los productos complementarios van encaminados a apoyar las actividades principales que comprenden el turismo de naturaleza, para brindar a los turistas opciones adjuntas a sus paquetes de servicios, donde tendrán la oportunidad de conocer la cultura del país que visitan, por ejemplo, su gastronomía, eventos musicales y patrimonio cultural.

Cuadro 1



Fuente: Elaboración propia.

Así, dado que este tipo de turismo ofrece paquetes de servicios es importante tener en cuenta que existe diversidad de agentes involucrados en este mercado y que son explicados a continuación:

Agencias de viajes y reservas: encargados de diseñar y ofrecer los planes turísticos.

Guías turísticos: encargados de dirigir y realizar el acompañamiento oportuno en las diferentes actividades de las subcategorías del turismo de naturaleza.

Agencias de transporte: encargadas de permitir el desplazamiento a las diferentes zonas turísticas.

Turistas: visitantes tanto nacionales como internacionales.

Artesanos: encargados de ofrecer diferentes artículos oriundos de cada zona en la que se realice el turismo.

Alojamiento: encargados de brindar el servicio de hospedaje para los turistas.

Agencias de apoyo: en este grupo se encuentran los encargados de ofrecer servicios adicionales a los turistas en las zonas de difícil acceso. Además, también están aquellos que hacen parte del paquete de productos complementarios.

Regulador: es la entidad encargada de regular y controlar las actividades del turismo de naturaleza en el país.

En el mercado de turismo de naturaleza, las agencias de viajes y reservas, los guías turísticos, las agencias de transporte, agencias de alojamiento, de apoyo y los artesanos son los encargados de ofrecer diferentes servicios a los turistas quienes son los que van a disfrutar de las diversas actividades propuestas dentro del *paquete*, además existe un regulador que se encarga de definir política y normatividad en el mercado, en nuestro caso de vigilar y controlar la prestación de los servicios¹.

1 Dentro del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se encuentra el Viceministerio de Turismo, que lleva a cabo la política turística del país. Adicionalmente, también se encarga de todos los aspectos de competitividad, sostenibilidad y promoción.

Dimensiones del problema

Es posible encontrar varios temas relevantes en cuanto a los desafíos que presenta el mercado naciente del turismo de naturaleza en Colombia. A continuación, se verán expuestos algunos de ellos:

De acuerdo con el último balance entregado por la exministra de Comercio, Industria y Turismo, María Lorena Gutiérrez, a partir de la firma del acuerdo de paz se ha logrado impulsar la inversión en actividades turísticas en aquellas zonas que por muchos años fueron víctimas del conflicto armado (*Revista Dinero*, 2018, párr. 1).

Siendo esto así, “entre enero y mayo de 2018 el turismo creció 38%, lo que significa la entrada de 3,3 millones de turistas extranjeros en solo este año, mientras que en el mismo periodo de 2017 la cifra fue de 2,4 millones” (*Revista Dinero*, 2018, párr. 3).

Adicionalmente, también se ha venido desarrollando un proceso que permite activar y promover nuevas formas de turismo en el país como el turismo de naturaleza, ya que Colombia posee una gran riqueza natural que le proporciona una posición privilegiada a nivel mundial. El turismo de naturaleza en Colombia transcurre por un proceso de descubrimiento de potencialidades que implica realizar

una revisión profunda del empaquetamiento de servicios que se está realizando, y, de este modo, lograr observar su impacto en algunos aspectos como el gasto promedio de los turistas, si se compara con el turismo tradicional.

Por otro lado, cuando las firmas entran a competir en un mercado donde la esencia de los servicios prestados está relacionada directamente con el aprovechamiento de bienes comunes como los recursos naturales, se observa la necesidad de la existencia de un ente regulador que vigile y controle el uso adecuado de los espacios naturales como: lagunas, parques naturales, nevados, mares y diferentes ecosistemas.

Al respecto, Elinor Ostrom (2002) expresa en su documento *El gobierno de los bienes comunes, la evolución de las instituciones de acción colectiva*, un contexto para presentar el concepto preciso de bienes comunes: primero se debe entender que un bien común está expuesto al abuso por parte de la sociedad, debido a que es de uso de toda la sociedad y se corre el riesgo de la degradación con el tiempo (p. 264). Según Ostrom, los bienes comunes se enfrentan a tres tipos de problemáticas: “los métodos de provisión de un nuevo conjunto de instituciones; el establecimiento de compromisos creíbles, y la supervisión mutua que se genera” (2002, p. 265); por lo cual, para el manejo de este tipo de bienes se debe contar con

reglas claras de juego e intervención del Estado.

Los recursos naturales son *bienes comunes* que necesitan un respaldo institucional para que se pueda llevar a cabo su utilización y goce sin afectar su estado a largo plazo; esto es fundamental para el funcionamiento del mercado de turismo de naturaleza.

Asimismo, cuando las firmas compiten por el mercado en la prestación de servicios se debe tener en cuenta que se están manejando *bienes de experiencia*² que se comportan diferente a bienes de consumo tradicional, ya que conlleva un proceso de aprendizaje para lograr que los consumidores aprueben o desapruében dicho servicio.

Dado que el vendedor está agrupando información con el producto, su estrategia es muy diferente dependiendo de si esa información es favorable para él. Por lo tanto, dividimos el problema en dos casos: el caso optimista, donde los consumidores inicialmente sobreestiman la calidad de los productos, y el caso pesimista donde sus expectativas iniciales son demasiado bajas (Shapiro, 1983, p. 498).

- 2 Los bienes de experiencia son aquellos que necesitan de tiempo para consolidarse en el mercado, ya que cuando empiezan a ser comercializados el consumidor tiene información incompleta acerca de sus atributos.

Para el turismo de naturaleza, se debe tener en cuenta que los bienes generalmente se encuentran en el caso pesimista, ya que es un mercado nuevo con poca información y bienes de experiencia novedosos en el país; no obstante, debido a la calidad del producto en el largo plazo las expectativas de los consumidores serán mejores.

En este sentido, la valoración del bien cambia a medida que se conoce de este y, por lo tanto, las firmas entrantes al sector turístico tienen que lograr un posicionamiento en el mercado para atraer más consumidores y de este modo se convertiría en una nueva opción de turismo alterna al tradicional.

En conclusión, existen diferentes discusiones en torno al mercado naciente del turismo de naturaleza en el país; sin embargo, en este trabajo se profundizará acerca de la manera como la regulación existente puede convertirse en un mecanismo para internalizar las externalidades por medio de las barreras de entrada y darle sostenibilidad a este nuevo mercado en el largo plazo.

Barreras de entrada

No hay consenso sobre el concepto de barreras de entrada. Por un lado, Cabral afirma que Bain define barrera de entrada como todas aquellas tecnologías o características de

los productos que les permiten a las firmas tener costos bajos y de esta manera obtener beneficios a largo plazo (2008, p. 1). En contraposición, Cabral asegura, según Stigler, que la definición de barreras de entrada es aquel costo de producción que debe ser asumido por una firma entrante y no por una incumbente (2008, p. 1). Por otra parte, Fernández menciona que Porter establece que las barreras de entrada a un mercado específico son aquellas acciones o condiciones dadas que hacen compleja la entrada a aquellos que desean competir en determinado sector (2008, p. 69).

Teniendo en cuenta lo anterior, existen diferentes visiones en cuanto a las actividades o condiciones que pueden ser catalogadas como barreras de entrada; siendo esto así, algunos ejemplos de esto pueden ser: los costos hundidos, entendidos como aquellos recursos invertidos en la producción que no se recuperan; el monopolio natural, que es una estructura de mercado en la que solo existe una empresa, ya que esta es la que permite que la producción sea eficiente, reglamentaciones o políticas restrictivas, así como altos costos fijos que hacen referencia a los costos que son permanentes dentro del proceso productivo, entre otros.

En ocasiones, estas barreras de entrada se pueden convertir en barreras de salida, debido a la elevada inversión inicial y a las condiciones del mercado;

siendo esto así, las firmas tendrían un alto costo por dejar el mercado y esto las obliga a quedarse a pesar de que muchas veces sus ganancias no sean muy altas; por lo tanto, las firmas optan por permanecer compitiendo en el mercado.

Reglamentación

Dentro del marco del turismo global, siempre ha existido una gran afluencia de consumidores inclinados por la interacción cercana con la flora y fauna de los diferentes ecosistemas; es por esto por lo que, a partir de 1980 con la Declaración de Manila sobre el turismo mundial, se busca “esclarecer la naturaleza auténtica del turismo en todos sus aspectos y la función que el turismo está llamado a desempeñar en un mundo dinámico” (Organización Mundial del Turismo, 1980, p. 1). Teniendo en cuenta esto, es importante que las naciones presten atención a los temas de conservación ambiental con fines turísticos con el objetivo de preservar los diferentes ecosistemas a largo plazo.

Posteriormente, en la Declaración de Río sobre el medioambiente y el desarrollo, en 1972, se postuló que se debe realizar un análisis a nivel mundial sobre la creación de alianzas entre Estados y sectores clave de la sociedad para alcanzar acuerdos internacionales que protejan la integridad del

sistema ambiental (Organización de Naciones Unidas, 1972).

De este modo, el nacimiento de estas reglamentaciones a nivel mundial permitió que en Colombia se originaran nuevos marcos normativos que se convirtieron en externalidades positivas para el fortalecimiento del mercado del turismo de naturaleza en Colombia; ejemplo de esto son las leyes generales de turismo.

En el documento *Economía del turismo: Externalidades en el sector turístico* se define una externalidad como “la actividad de un agente económico (una persona o una empresa) influye directamente sobre el bienestar de otro de un modo que no aparece reflejado en los precios de mercado, el efecto recibe el nombre de externalidad” (Duguine, 2011, p. 60). Teniendo en cuenta lo anterior, las externalidades pueden tener un efecto negativo o positivo que siempre va a alterar el funcionamiento esperado del mercado, generando problemas en la asignación de recursos y esto no va a permitir que se llegue a los resultados deseados.

En cuanto al papel de la reglamentación existente en Colombia con respecto al turismo de naturaleza, se puede considerar que esta es una externalidad positiva, ya que permite conservar la flora y fauna de cada uno

de los ecosistemas, garantizando que la actividad turística no va a generar perjuicios ambientales.

En Colombia existen tres leyes generales de turismo. La primera, la Ley 300 de 1996, da la definición exacta del ecoturismo y regula aspectos generales del turismo en el país. La segunda, la Ley 1101 de 2006, que trata los temas fiscales con respecto a las entidades encargadas de ofrecer los servicios turísticos. Por último, la Ley 1558 de 2012 establece la obligación de las normas técnicas sectoriales del turismo sostenible, y además actualiza la ley general de turismo, entre otras disposiciones.

Posteriormente, en junio del 2012 se realizó en Río de Janeiro la conferencia Rio+20, en la cual se trataron dos temas centrales: primero, lograr construir economías con una visión sostenible gracias a la cooperación internacional y, segundo, disminuir la pobreza e impulsar la equidad social alrededor del mundo.

Asimismo, en el año 2004 en Colombia fue divulgada la Política Nacional para el Desarrollo del Ecoturismo:

(...) se reconoce el potencial natural del país y se constituye en un referente importante del serio compromiso interinstitucional para el desarrollo de este producto, se trata de un ejercicio de articulación entre

el Ministerio de Ambiente, la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales de Colombia, y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012, p. 5).

Además, en el documento CONPES 3296 de 2004 se señalan las pautas para la inclusión del sector privado como un agente encargado de la prestación de servicios de ecoturismo y ecoturismo comunitario, con el objetivo de establecer contratos con las organizaciones comunitarias locales.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014 *Prosperidad para todos* se estableció que el turismo de naturaleza debía ser una nueva alternativa para el sector turístico nacional, dado su gran potencial. Posteriormente, con el Plan sectorial del turismo 2014-2018 se busca “posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, reconocido por el desarrollo de productos y servicios altamente competitivos y sostenibles, que permitan preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras, plantea esa responsabilidad del sector frente al uso sostenible de los recursos” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014).

Siendo esto así, es importante reconocer el gran potencial que tiene Colombia en cuanto a biodiversidad,

y de este modo promover un turismo de naturaleza sostenible que pueda ser responsable y accesible para todos.

En el territorio colombiano habitan 1.921 especies de aves y es el jardín más grande del mundo en donde crecen 4.270 especies de orquídeas, de las cuales 1.572 son endémicas. También es el segundo país con mayor número de anfibios (803, con 367 endémicos), mariposas (3.274, con 350 endémicas) y peces dulcicuícolas (1.435, con 311 endémicos). Finalmente, Colombia es tercero en palmas (289, con 47 endémicas) y reptiles (537, con 115 endémicos) y el cuarto en mamíferos (492, con 34 endémicos) (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017, párr. 4).

El mercado naciente

El turismo de naturaleza es un mercado naciente en Colombia, y por esta razón actualmente existe una amplia reglamentación debido a que el componente principal de esta actividad tiene que ver con los diferentes ecosistemas, flora y fauna.

De este modo, es importante recordar que todos estos componentes naturales son bienes comunes, no excluyentes pero sí rivales, lo que significa que debe existir un control previo para evitar un deterioro de las condiciones iniciales de este tipo de bienes.

No obstante, debido a que el eje central de este turismo son los recursos naturales, esta reglamentación no solo ayuda a su protección y conservación, sino que también permite internalizar algunas externalidades existentes, como: afectaciones negativas a la biodiversidad que pueden ser ocasionadas por acciones irresponsables de los turistas, también las entidades privadas pueden incurrir en daños al medioambiente ocasionado por actividades de construcción.

Por la esencia de este tipo de mercado las barreras de entrada en el largo plazo se convertirán en barreras de salida debido al alto componente de regulación que existe actualmente, generando unas condiciones de sostenibilidad para el mercado y los agentes que intervienen en este.

En resumen, en un mercado naciente, con presencia de bienes de experiencia, se puede considerar que la reglamentación existente no es una barrera de entrada que perjudica el mercado, ya que la regulación, en este caso, permite proteger la flora y la fauna, y esto brinda sostenibilidad a largo plazo al mercado.

Pensando a futuro, nos preguntamos: ¿cuál debería ser la ruta para seguir en el desarrollo de esta modalidad de servicios turísticos? En la región, uno de los países más destacados en cuanto a maravillas naturales se refiere

es Perú; por lo tanto, es importante realizar un análisis comparativo con este país para lograr entender el éxito de sus prácticas turísticas. Además, nos resulta de interés debido a la cercanía geográfica y algunas condiciones socio-económicas.

Los proyectos líderes de turismo en Perú son un ejemplo del desarrollo, por lo cual el gobierno ha utilizado este sector para crear proyectos de impacto social; uno de ellos es el *Programa Nacional de Becas PRO-NABEC - BECA 18*, que busca dar una oportunidad a los jóvenes de bajos recursos, por medio de educación en diferentes ámbitos técnicos y tecnológicos, para ser más competitivos en el campo laboral del sector turístico. Los empleos a los que pueden acceder son: Cocinero(a), Mozo, Bartender, Operario(a) de Limpieza, *Housekeeping* y Recepción de Hotel/Hostal, Trabajador(a) del Hogar, Joyería Artesanal – Elaboración de Productos con Metales preciosos (Perú, 2016, p. 69).

Para el caso colombiano, existen algunos proyectos que involucran a las comunidades, pero estos no han tenido un desarrollo tan amplio como en Perú, debido a que este tipo de actividades son recientes y no existe un impulso adecuado por parte del gobierno para aprovechar las ventajas que tiene el país.

Conclusiones

Este es un mercado complejo en el que por sus características interviene una gran diversidad de agentes y en el que la relación directa con el aprovechamiento de bienes comunes, como los recursos naturales, se observa la necesidad de políticas y regulaciones que vigilen y controlen el uso adecuado de los espacios naturales para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Los modelos de política que aquí se apliquen deben diseñarse cuidadosamente considerando a este como un mercado naciente, en donde los servicios que se transan pueden ser considerados bienes de experiencia, ya que es un mercado nuevo con poca información en el que las expectativas sobre el mismo se incrementarán en la medida en que se presten servicios de calidad.

Colombia ha avanzado en la reglamentación de esta modalidad de turismo, tomando como referencia algunos lineamientos internacionales, y ha avanzado en la reglamentación de este. Aunque para algunos la regulación para estos mercados puede estar generando barreras de entrada, estas no siempre deben ser vistas como un aspecto negativo para la entrada de un nuevo competidor al mercado. La regulación existente en el mercado de

turismo de naturaleza es un ejemplo claro de esto, debido a que brindan herramientas de sostenibilidad para el largo plazo.

Además, este nuevo mercado tiene un gran potencial dentro del país y es por esta razón que se necesitan diferentes políticas públicas que impulsen el desarrollo de las zonas en donde existe una gran riqueza natural que puede ser aprovechada de manera apropiada para fines turísticos.

Por último, si se desea posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, se debe emprender el diseño de políticas integrales que garanticen sostenibilidad, cooperación público-privada e inclusión de diferentes comunidades y grupos sociales.

Referencias

ALFONSO DUEÑAS, Y. R.; HERNÁNDEZ PIEDRAHITA, M. HERNÁNDEZ PIEDRAHITA, V. (2013). *Análisis del sector de Turismo de Naturaleza en Colombia*. Bogotá D.C: Universidad EAN. Obtenido de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/6032/HernandezViviana2013.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

CABRAL, L. M. (2008). Barriers to entry. *The New Palgrave Dictionary of Economics*.

Colciencias (11 de septiembre de 2016). *Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo*. Obtenido de http://www.colciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo

DUGUINE, H. (2011). Economía del Turismo: Externalidades en el sector turístico. *Notas en Turismo y Economía*, 57-75.

FERNÁNDEZ BALBUENA, G. M. (2008). Las barreras para la entrada de competidores potenciales a los sectores de actividad y su influencia en la posibilidad de obtener beneficios en los mismos. *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*(38), 69-72.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (septiembre de 2012). *Política de Turismo de Naturaleza*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (27 de junio de 2013). *Marco normativo para el Turismo de Naturaleza*. Obtenido de Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67932&name=3_Marco_Normativo_para_el_desarrollo_del_Turismo_de_Naturaleza-Victor_Fernandez,Minsiterio_de_Comercio,_Industria_y_Turismo.pdf&prefijo=file

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (agosto-septiembre de 2014). *Plan Sectorial de Turismo 2014 - 2018 "Turismo para la construcción de la paz"*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (25 de octubre de 2017). *Las 11 experiencias de turismo de naturaleza que ofrece Colombia se mostrarán en foro en Cali*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: http://www.mincit.gov.co/publicaciones/39325/las_11_experiencias_de_turismo_de_naturaleza_que_ofrece_colombia_se_mostraran_en_foro_en_cali

OBS Business School (s.f.). *Barreras de salida: costes y beneficios*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/direccion-general/barreras-de-salida-costes-y-beneficios>

Organización de las Naciones Unidas (junio de 2012). *Rio+20 Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de http://www.un.org/es/sustainablefuture/pdf/spanish_riomas20.pdf

Organización de Naciones Unidas (16 de junio de 1972). *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Obtenido de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/declaracionrio.htm>

Organización Mundial del Turismo (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>

Organización Mundial del Turismo (s.f.). *Declaración de Manila sobre el Turismo de Naturaleza*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.6.1>

OSTROM, E. (2002). El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones

de acción colectiva. *Región y sociedad*, XIV, 263-269.

PÉREZ, V. B.; GONZÁLEZ, M.; GUERRERO, F. M.; LOZANO, M. y PÉREZ, F. y. (junio de 2009). Evaluación de las sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos. *Investigación Operacional*, 30(1).

Perú, M. d. (2016). *PENTUR Plan estratégico Nacional de Turismo 2025*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Revista Dinero (15 de febrero de 2018). *2017 fue un buen año para el turismo en Colombia*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/balancede-turismo-en-colombia-en-2017/255323>

Revista Dinero (13 de julio de 2018). *Turismo: la prometedora industria que no contamina*. Obtenido de <https://www.dinero.com/pais/articulo/balancedel-sector-turismo-en-colombia-2018/260070>

SHAPIRO, C. (1983). Optimal Pricing of Experience Goods . *The Bell Journal of Economics*, 497-507.

URIBE, J. G. y LONDOÑO, J. M. (4 de junio de 2013). *Resolución 531 de 2013*. Obtenido de <http://parquearvi.org/wp-content/uploads/2016/11/Resolucion-531-de-2013.pdf>

URIBE, J. G. y MIRANDA LONDOÑO, J. (4 de junio de 2013). *Resolución 531 de 2013*. Obtenido de <http://parquearvi.org/wp-content/uploads/2016/11/Resolucion-531-de-2013.pdf>