Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Universidad Externado de Colombia

Trabajo de grado

"Análisis sobre los efectos que generan la migración y la inversión extranjera en la actividad turística asociada a la prestación de servicios de alojamiento, en el municipio de San Agustín- Huila, desde el año 2008".

Autor:

Yenifer Astrid Gómez López

Director:

María Luisa Galán Otero

Bogotá, 2019

Tabla de contenido

Introducción 4

ENFOQUE TEORICO-CONCEPTUAL 9

ENFOQUE METODOLÓGICO 12

SOBRE EL MUNICIPIO DE SAN AGUSTÍN- HUILA 17

Evolución de la actividad turística del municipio durante los últimos diez años, según algunos prestadores de servicios de alojamiento del municipio. 23

CAPÍTULO 1. LA EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO A NIVEL NACIONAL Y DEPARTAMENTAL 2008- 2018. 26

1.1 Motivaciones del entorno nacional a la IED 26

1.2 Inversión Extranjera Directa (IED) en el sector servicios desde el ámbito nacional entre el año 2008 y 2018. 28

2.2 Inversión en el departamento del Huila entre el año 2008 y 2018. 38

CAPÍTULO 2. TIPO DE MOTIVACIÓN A LA INVERSIÓN Y EMPRENDIMIENTO, Y ANÁLISIS DE INDICADORES HOTELEROS DE LOS ESTABLECIMIENTOS LOCALES Y EXTRANJEROS DEL MUNICIPIO. 47

2.1 Motivaciones a la inversión y emprendimiento en el territorio agustinense por parte de los prestadores extranjeros. 47

2.2 Caracterización de la oferta hotelera en el municipio. 57

2.3 Análisis de los indicadores hoteleros de extranjeros y locales. 68

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE LA OPINIÓN DE LOS PRESTADORES LOCALES FRENTE A LOS COMPETIDORES EXTRANJEROS DEL MUNICIPIO. ... 72

3.1 Opinión de los prestadores de servicios de alojamiento locales frente a sus competidores extranjeros. 72

CAPÍTULO 4. A MODO DE CONCLUSIÓN: DETERMINACIÓN DE LOS EFECTOS QUE GENERA LA PRESENCIA DE INMIGRANTES EXTRANJEROS PRESTADORES DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. 81

Referencias 90

ANEXOS 105

Anexo 1. 105

Anexo 2. 106

Anexo 3. 109

Anexo 4 113

Anexo 5. 115

Anexo 6. 116

Introducción

En el informe de Inversión Extranjera Directa [IED] realizado cada año por ProColombia, se expone el crecimiento significativo que ha experimentado la inversión en el sector turismo en Colombia. Según el documento, el 84,8% del total de la IED representa una inversión de US$ 13.593 millones de dólares y proviene de sectores diferentes al petróleo y minas (p.4). El 8% hace parte del sector servicios, esta participación corresponde a comercio de hoteles y restaurantes; es decir, US$ 1.847 millones de dólares pertenecen al sector servicios (ProColombia, 2016, pág.4).

Por otra parte, ProColombia, con el fin de posicionar a Colombia a nivel internacional realizó, en el año 2018, 155 seminarios en 31 países, en los cuales se presentaron diferentes oportunidades en cadenas productivas como infraestructura, fondos de inversión, hotelería y turismo y entre otros (ProColombia, 2019, pág.21). En suma, ProColombia afirmó haber trabajado coordinadamente y en sinergia con las distintas agencias de inversión regionales, dentro de las cuales se menciona Invest in Huila (ProColombia, 2019, pág.23). Esta agencia se creó en el año 2012 en el departamento del Huila con el fin de incentivar la inversión extranjera por medio de la Cámara de Comercio de Neiva y el apoyo de ProColombia (La Nación, 2012, párr.1). En suma, se creó con el fin de atraer mayor inversión extranjera en el departamento para los sectores frutícola, cafetero, cacaotero y entre otros como el energético y turístico, aprovechando así, las riquezas

naturales y culturales de la región (La Nación, 2012, párr.1). Lo anterior, con el fin de posicionar al departamento como una región comercial y exportadora.

Sin embargo, en los últimos años, se ha reflejado un aumento en el desarrollo hotelero por parte de extranjeros asentados en el municipio de San Agustín, como por ejemplo, el Hotel Monasterio, la cadena Masaya Hostels, Hotel Casa de Nelly, Hotel Casa Francois y entre otros. Esta situación pudo haberse originado por el fuerte potencial turístico que tienen algunos destinos en Colombia, gracias a sus importantes atractivos turísticos, históricos, culturales, arqueológicos y naturales. Por tanto, en algunos de estos destinos colombianos se genera algunas migraciones. Como por ejemplo, la "migración por amenidad", la cual consiste en que las personas, después de haber sido turistas en un determinado destino deciden regresar a él ya no para visitarlo, sino para constituirse en el mismo (González, 2011, párr. 4). Y además, invertir en un establecimiento turístico.

De otra parte, esta situación pudo haberse presentado gracias a la motivación del gobierno nacional a la IED como uno de sus indicadores de éxito económico del país, ya que según la Marca País Colombia, "Uno de los sectores que más se ha destacado por estos incentivos es el de servicios hoteleros, el cual cuenta con beneficios como la exención al impuesto de renta por 30 años para los servicios que se presten en hoteles que se construyan o remodelen en el país hasta el año 2017" (ProColombia, 2012, párr.3). Sin embargo, no hay instrumentos que midan la inversión extranjera en municipios pequeños y turísticos; no existen herramientas que permitan conocer los principales motivos de inversión en pequeños territorios del país; y tampoco se sabe qué tan beneficioso resulta para la economía local de un destino, la inversión extranjera en el sector hotelero.

Por tanto, la presente investigación tiene como objetivo principal analizar los efectos que generan la migración y la inversión extranjera en la actividad turística asociadas a la prestación de servicios de alojamiento, en el municipio de San Agustín- Huila desde el año 2008. Por lo anterior, se establecieron los siguientes objetivos específicos con el fin de dar respuesta al objetivo general:

En primer lugar, conocer la evolución de la Inversión Extranjera Directa a nivel nacional y departamental, a partir del año 2008, por medio de consultas documentales e informes técnicos.

En segundo lugar, comparar los indicadores hoteleros y rubros de ingresos de extranjeros prestadores de servicios turísticos de alojamiento, con los de prestadores de servicios turísticos locales.

En tercer lugar, analizar la opinión de los prestadores de servicios turísticos locales frente a sus competidores extranjeros en la actividad turística.

Por último, determinar los efectos que generan la migración y la inversión de extranjeros prestadores de servicios turísticos de alojamiento.

Por lo anterior, en el primer capítulo se presentará las motivaciones a la IED en el sector hotelero por parte del Gobierno Nacional, la evolución de la IED a partir del año 2008 hasta el año 2018 y la participación del sector servicios en el ámbito tanto nacional como departamental. Cabe aclarar que los informes encontrados de la inversión en el departamento no discriminan la inversión extranjera con la inversión local, por ende, las cifras de inversión en el departamento y el sector servicios están unificadas. Por otra parte, en cuanto al segundo capítulo, se mostrará las motivaciones a la inversión y al

emprendimiento en el municipio por parte de los prestadores extranjeros, la caracterización de la oferta hotelera de los establecimientos analizados; y posteriormente, el análisis de indicadores hoteleros y rubros de ingresos entre prestadores locales y extranjeros entrevistados.

En cuanto al tercer capítulo, se presentará la opinión de los prestadores locales frente a sus competidores extranjeros y el análisis de las ventajas que prestadores extranjeros y locales poseen en el sector turismo del destino. Finalmente, en el cuarto capítulo se expondrá el análisis de los efectos que generan los prestadores extranjeros en la economía local asociada a la actividad turística.

De este modo, los principales factores de estudio de esta investigación son la Inversión Extranjera Directa- IED y la participación del sector servicios en esta junto con los efectos que podrían generar los incentivos generados por el gobierno nacional. También, el tipo de motivaciones que producen las migraciones y la inversión extranjera en un entorno turístico como San Agustín, Huila.

Así las cosas, el interés de esta investigación, como estudiante de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, se enfoca en conocer cuáles son los efectos de la migración y de la inversión extranjera en la actividad turística de municipios pequeños como el destino seleccionado. Adicionalmente, existe interés en conocer cuáles son los principales motivos de migración en el destino analizado; es decir, si es por motivos de incentivos del gobierno nacional, actividades lucrativas o si existe otro tipo de motivación como las migraciones por amenidad.

En cuanto a la metodología utilizada para esta investigación, esta consta de dos partes, la inductiva y la mixta (cuantitativa y cualitativa). La primera, a causa de que esta investigación pretende analizar los efectos que generan los migrantes extranjeros, con el fin de obtener una conclusión general a partir de un análisis específico. La segunda, mixta, para explorar fenómenos poco estudiados por medio de la recolección de conocimiento suficiente, la construcción de información no estructurada; para posteriormente, ser probado mediante estudio cuantitativo (Ugalde & Balbastre, 2013, p.185).

En suma, las técnicas de recolección que se utilizaron para el desarrollo de la investigación fueron: Entrevistas semiestructuradas presenciales, y la observación científica directa, a través de la experiencia obtenida en el trabajo de campo. Por otra parte, en cuanto a las fuentes de recolección de información, estas serán de dos tipos, documentales, a través de la comprobación y revisión analítica; y escritas, por medio del análisis, confirmación, cálculo y tabulación; es decir, aquella información, argumentos, sustentaciones de hallazgos encontrados durante el trabajo de campo. En este ítem se consultaron informes técnicos de ProColombia, Marca Colombia, Sistema de Información Turístico y Cultural del Huila [SITYC]; y artículos de investigación y divulgación que presentan análisis de casos de migración en el destino y estudios e investigaciones sobre impactos de la IED.

Para concluir, la importancia de esta investigación radica en el interés de identificar hasta qué punto puede ser favorecedora la inversión foránea en territorios de baja densidad poblacional en Colombia, ya que se permitirá identificar si se está generando una exclusión en recepción de ingresos por medio de la actividad turística; o si por el contrario, ésta es benéfica para el destino en general porque atrae mayor mercado turístico internacional al destino y colabora con los demás prestadores de servicios de alojamiento.

ENFOQUE TEORICO-CONCEPTUAL

Uno de los enfoques que se utilizó para el análisis de esta investigación fue el "Enfoque del Desarrollo Económico Local", este enfoque económico se caracteriza por buscar la satisfacción de las necesidades de una población, mejorar el empleo y las relaciones laborales, mejorar de la distribución de los ingresos y entre otras (Albuquerque, 2004, p.15). En suma, este enfoque concibe al territorio no como un simple espacio donde se desempeñan funciones, sino más bien como un agente de transformación social (Albuquerque, 2004, p.18). Es decir que, los rasgos sociales, políticos, económicos, culturales e históricos propios deben ser tomados en cuenta para el desarrollo local; y a partir de estos, crear iniciativas propias.

En este enfoque se distinguen varias dimensiones, como por ejemplo, la económica, la cual consta de la capacidad que tienen las empresas locales en organizar los diferentes factores productivos con niveles suficientes de productividad y ser competitivos en el mercado (Albuquerque, 2004, p.19).Mientras que, la dimensión de formación de los recursos humanos consta en que actores educativos junto con los emprendedores locales acuerdan la adecuación de la oferta de conocimientos para cumplir con los requerimientos de los sistemas productivos locales (Albuquerque, 2004, p.19). Otra dimensión es la socio-cultural e institucional, la cual pretende que las instituciones locales impulsen el propio desarrollo (Albuquerque, 2004, p.19). Por otra parte, la dimensión política-administrativa pretende la integración entre actores públicos y privada para la creación de "entornos innovadores" que favorezcan al desarrollo empresarial local.

El enfoque de desarrollo económico local pretende difundir un desarrollo desde abajo, trabajar con los actores locales para llevar a cabo una endogeneización de las bases de la sustentación del crecimiento económico (Albuquerque, 2004, p.15). En suma, puesto que esta investigación pretende analizar los efectos de la migración e inversión extranjera, se hizo necesario tener en cuenta algunas teorías y enfoques de la migración internacional. Por ende, se tomó en cuenta la "Teoría del Sistema Mundial de la Migración", esta teoría era utilizada en los años sesenta para defender las desigualdades sociales y económicas (Gómez, 2010, p.15), se enfoca en que la expansión del capitalismo y la penetración en países subdesarrollados (periferia), generan desequilibrios económicos debido a que empresas multinacionales o intensivas en capital, buscan generar utilidades que retornen al país inversor, por medio de las materias primas y la mano de obra barata (Gómez, 2010, p.15).

En suma, dueños y gerentes de empresas grandes que vienen de naciones desarrolladas, entran a países pobres, pero con alto potencial (periferia) en búsqueda de tierra asequible, mano de obra y materias primas baratas (Mayo, 2011, p.2). De lo anterior, se podría afirmar que una penetración en países subdesarrollados (periferia), podría generar desequilibrios económicos en las economías locales (Gómez, 2010, p.95).

Asimismo, se tomó en cuenta la tipología de la "Migración por Amenidad", la cual fue expuesta inicialmente por el autor Moss en el año 2006 y hace referencia a la existencia de un fenómeno migratorio inverso, es decir, un agente de cambio global que centra las movilidades de personas a lugares más pequeños como los pueblos o donde existan parajes rurales (González et al, 2009, párr.4). Por otra parte, Nakayama et al (2005) y otros autores han interpretado esta movilidad desde el punto de vista turístico, afirmando que en varios

casos esta movilidad de personas son turistas que después de haber conocido determinado destino, deciden regresar a él, ya no para visitarlo, sino para constituirse en él (González et al, 2009, párr.5).

Debido a que esta investigación pretende analizar los motivos a la inversión extranjera, emprendimiento y asentamiento, se tomó en cuenta las ventajas expuestas en el "Paradigma Ecléctico" propuesto por Dunning (1980), en el cual existen tres factores para la formación de la IED. En primer lugar, la ventaja de posesión, la cual consiste en la capacidad que tiene la empresa para desarrollar activos que sus competidores no poseen (Vanegas, Restrepo & Muñeton, 2012, p.42). En segundo lugar, ventaja de internacionalización, esta consiste en la venta de los activos a otras empresas o a través de la explotación directa (Vanegas et al., 2012, p.42). Tercero y último factor, la ventaja de localización, la cual consiste en el aprovechamiento y expansión de sus actividades en función de unos factores de localización presentados en el país receptor de la inversión (Vanegas et al., 2012, p.42).

También, para efectos de esta investigación, se tomó en cuenta la Ley de Emprendimiento 1014 de 2006, reglamentada parcialmente por el Decreto 1192 del 2009 y por el Decreto 4463 del año 2006, la cual expone como algunos de sus objetivos: "Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas" e "Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas" (Congreso de Colombia, 2006, pág. 2). Lo anterior, con el fin de identificar, a partir del fomento del emprendimiento en Colombia, el tipo de motivaciones que pueden existir al momento de decidir crear una

unidad de negocio, y, por medio de los informes de Global Entrepreneurship Monitor [GEM] realizados en Colombia.

Asimismo, el "Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias" creado por Varela y Bedoya en el año 2006, este modelo empresarial se fundamenta en que existen dos tipos de competencias que un emprendedor debe tener, la competencia de conocimiento, los cuales son necesarios para el desarrollo de la empresa; y la competencia personal, la cual alude a los comportamientos, actitudes y motivaciones del emprendedor (Varela y Bedoya, 2006, Pág. 4). Este modelo desarrolla ocho conceptos teóricos que hacen parte del proceso de desarrollo empresarial, uno de estos es "El Espíritu Empresarial", el cual se manifiesta sobre unos elementos, y uno de ellos es "La Capacidad de Identificar Oportunidades", entendido como la capacidad de leer el entorno social, económico, político, cultural y comercial para identificar nuevas oportunidades (Varela y Bedoya, 2006, Pág. 4).

ENFOQUE METODOLÓGICO

La metodología utilizada para esta investigación fueron la inductiva y mixta (cuantitativa y cualitativa).

La primera, consiste en el establecimiento de conclusiones generales a partir de la observación directa de los hechos, observar la naturaleza, reunir datos articulares y hacer generalizaciones a partir de estos (Bacón, 1626, citado por Dávila, 2006, pág.185). Es decir, esta metodología tiene como fin encontrar la verdad por medio de la búsqueda de los hechos y observando la situación, en lugar de basarse en la autoridad o en especulaciones (Dávila, 2006, pág.185). Lo anterior, debido a que esta investigación pretende analizar, a

partir de fuentes consultadas y consideraciones brindadas tanto por prestadores locales y extranjeros, el impacto de los migrantes extranjeros y la situación actual del municipio; con el fin de obtener una conclusión general a partir de un análisis específico.

El método inductivo tiene diferentes tipos de razonamientos, que para efectos de esta investigación, la que más se acopla es la tipología de generalización, la cual proviene de una premisa sobre una muestra, desde la cual se llega a una conclusión sobre una población (prestadores extranjeros) (Robles, s.f., párr.14). El método inductivo consta de cuatro pasos, los cuales se adaptan efectivamente al proceso del presente trabajo. Estos pasos son:

1) Observación de los hechos para su registro (problemática) (Pérez & Merino, 2008, párr.1): En los últimos años se ha reflejado un aumento en los servicios hoteleros por parte de migrantes extranjeros en el municipio de San Agustín. 2) Clasificación y estudio de los hechos (Pérez & Merino, 2008, párr.1): Revisión de la evolución de la inversión foránea nacional y regional, comparación de indicadores hoteleros y rubros de ingresos entre inmigrantes extranjeros y locales prestadores, consulta de documentos e informes y entre otros. 3) Derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización (Pérez & Merino, 2008, párr.1): Análisis de la información obtenida con posibles consecuencias o efectos. 4) Contrastación (Pérez & Merino, 2008, párr.1): La conclusión general obtenida al finalizar la investigación y análisis.

También, se recurrió a la metodología mixta propuesta por los autores Lee & Lings (2008); a partir de la variante “Un estudio cualitativo seguido de uno cuantitativo”, ya que, según los autores, esta se realiza para explorar fenómenos poco estudiados por medio de la

recolección de conocimiento suficiente, la construcción de información no estructurada; para posteriormente, ser probado mediante estudio cuantitativo (citado por Ugalde & Balbastre, 2013, p.185). Adicionalmente, el método cualitativo pretende obtener el resultado de la problemática presentada, por medio de la recogida de materiales como entrevistas, experiencia personal, historia de vida, textos históricos, observaciones, sonidos y otros; que describen una rutina, las situaciones problemáticas y los significados de la vida de las personas implicadas (Rodríguez, Gil & García, 1996, pág.1). Esta metodología se aplicó principalmente gracias a técnicas de recolección de información como la entrevista y la observación científica directa, sobre las que se fundamentó el análisis realizado.

De este modo, las técnicas de recolección de información corresponden, por un lado, a las presenciales, por medio de la entrevista semiestructurada. Se diseñó una entrevista a prestadores de servicios de alojamiento que estuvieran legalmente activos, tanto extranjeros como locales, indagando cuestiones como: fecha de instalación del establecimiento, motivos de su realización, opinión acerca del mercado turístico y competidores del mismo, número de habitaciones, tipos de habitaciones, tarifas, ocupación promedio, opiniones sobre el futuro económico del destino, su evolución a partir del año 2008 y entre otras (ver anexo 2 y 3).

La entrevista se realizó a partir de una técnica de muestreo no probabilístico llamada “por conveniencia” dado que permite seleccionar aquellos casos que acepten ser incluidos. Lo anterior, principalmente por la conveniente accesibilidad y proximidad de quienes va a entrevistar el investigador (Otzen y Manterola, 2017, pág.230). A partir de esta entrevista, y para la comparación de ingresos, se tuvo en cuenta principalmente las tarifas que cobran cada uno de los prestadores locales y extranjeros. A partir del trabajo de campo, se

evidenció que los prestadores extranjeros manejan tarifas entre los $30.000- $250.000 pesos por persona, pero a su vez, hay prestadores locales que cobraban su tarifa por debajo de $30.000. Por esta razón, se decidió tener en cuenta que aquellos prestadores de alojamiento extranjeros y locales que cobran tarifas en el rango $30.000- $60.000 formarían parte de la categoría media, y que aquellos que cobraban de $60.000 en adelante se englobarían en la categoría alta. Lo anterior, debido a que para la comparación de ingresos entre establecimientos extranjeros y locales, debía haber cierta coherencia con las tarifas establecidas entre los analizados.

Actualmente, según el punto de información turística visitado, 68 establecimientos están registrados; sin embargo, se buscó uno por uno de los establecimientos en el Registro Único Empresarial (RUES) con el fin de constatar lo afirmado en el punto de información. De los 68 establecimientos que se encuentran en el punto de información turística, 46 de estos cuentan con Registro Mercantil (RM) en el RUES y se podría afirmar que casi coincide con lo expuesto por el SITYC, el cual estipula que hay 45 establecimientos activos con RNT en el municipio, lo que corresponde al 67,64% del total de los establecimientos del punto de información turística (ver anexo 4).Cabe aclarar que al no encontrarse todos los establecimientos en el RUES, no podría afirmarse de entrada que estos no cuenten con un debido registro, pues puede ser posible que los establecimientos que no se encontraron registrados, estén legalmente establecidos con otras razones sociales.

Los prestadores extranjeros entrevistados, de los seis que se tenían propuestos, cuatro accedieron a brindar la información, por tanto, debido a que los establecimientos extranjeros son 8 del total de establecimientos en el municipio, según información brindada en el punto de información turística (ver anexo 4). Por ende, por cuestiones de coherencia,

se decidió escoger el mismo número de prestadores locales a entrevistar para la comparación de rubros de ingresos. Es decir que, para la estimación y comparación de ingresos e indicadores hoteleros, el total de prestadores tanto extranjeros como locales entrevistados fueron ocho. En adición, para conocer la opinión de los locales frente a sus competidores extranjeros, se lograron entrevistar a seis prestadores, de los cuales cuatro fueron tenidos en cuenta para la comparación de indicadores hoteleros y rubros de ingresos (ver anexo 3).

Otra de las técnicas de recolección utilizadas fue la observación científica directa, la cual consiste cuando el investigador hace contacto directo y personalmente con el hecho o fenómeno que investiga (Huamán, 2005, pág.16).Adicionalmente, tiene como fin observar y verificar (García, s.f., párr. 9). Lo anterior, ya que se realizó un trabajo de campo con el fin de conocer la oferta hotelera del destino, las tarifas de los prestadores entrevistados, la ubicación de estos, sus instalaciones físicas, diseño arquitectónico y otras características que serán expuestas en el capítulo 2 del documento. Lo anterior, con el fin de comparar ventajas y factores diferenciadores entre los establecimientos locales y extranjeros, además de sus tarifas, con la infraestructura de cada establecimiento estudiado.

En cuanto a las fuentes secundarias, se acudió a informes técnicos de ProColombia, Marca Colombia, Sistema de Información Turístico y Cultural del Huila [SITYC], Global Entrepeneurship Monitor [GEM], documentos realizados por entidades del sector público como el Ministerio de Comercio Industria y Turismo [MinCIT], Gobernación del Huila, Alcaldía Municipal de San Agustín, estudios e investigaciones de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, entre otras fuentes como artículos de

investigación y divulgación que presentan análisis de casos de migración en el destino y estudios e investigaciones sobre impactos de la IED en la ciudad de Bogotá.

SOBRE EL MUNICIPIO DE SAN AGUSTÍN- HUILA

La economía del departamento del Huila se basa principalmente en la producción agrícola y ganadera, la explotación petrolera y el comercio (Gobernación del Huila, 2017, párr.1). Los principales cultivos son el café, algodón, arroz, frijol, maíz tecnificado, maíz tradicional, sorgo, caña panelera y entre otros (Gobernación del Huila, 2017, párr.1). Se extrae plata y oro, minerales no preciosos como el cuarzo, calcita, mármol y azufre; además, este departamento se destaca por la producción artesanal, principalmente en cerámica y sombreros (Gobernación del Huila, 2017, párr.1).

Del mismo modo, en la agricultura, su principal producto es el café; entre el año 2008 y 2010, el café fue el producto con mayor participación de área sembrada con un 34,3% (Gobierno del departamento del Huila & Universidad del Rosario, 2015, p.17).En los cultivos transitorios, se destaca el maíz, producto cultural y ancestral en la región, ya que era cultivado por los indígenas en su tiempo (Gobierno del departamento del Huila & Universidad del Rosario, 2015, p.17). En el año 2010 el grano tuvo una producción de 2.397 toneladas, y, además del maíz, se destaca el frijol, arveja, fríjol tecnificado y tradicional, habichuela, hortalizas, tomate de mesa, el plátano, el cacao, la papa, la arracacha y otro de los más importantes, es la achira, al ser el principal productor en el departamento (Gobierno del departamento del Huila & Universidad del Rosario, 2015, p.17).

En el área frutícola, se destaca la curuba, la guayaba común, cítricos, banano, lulo, y mora. En cuanto al subsector pecuario, se sacrifican los bovinos para la producción de carne y leche. Y en la producción piscícola, se destacan la mojarra roja y la trucha (Gobierno del departamento del Huila & Universidad del Rosario, 2015, p.18).

En cuanto al municipio de San Agustín, este se encuentra ubicado al sur del departamento del Huila y pertenece a la Región Andina, cuenta con 33.820 habitantes según las proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (s.f., pág.1).

En lo socioeconómico del municipio de San Agustín, se establece que existe un alto índice de pobreza correspondiente al 42,49%, mayor que el establecido a nivel departamental, 32,62% (Gobierno del departamento del Huila & Universidad del Rosario, 2015, p.19). Asimismo, el 15,31% de la población se encuentra actualmente en miseria, superando al del departamento en un 3,72% (Gobierno del departamento del Huila & Universidad del Rosario, 2015, p.21). Por ende, se hace necesario el desarrollo de planes, proyectos, y alianzas con diferentes actores tanto públicos como privados que fortalezcan la economía local, ya que el destino presenta además un índice de dependencia económica de 14,5% en promedio (Gobierno del departamento del Huila & Universidad del Rosario, 2015, p.21)

En suma, este destino cuenta con un clima tropical con variaciones térmicas que varían durante el año. Su temperatura en promedio es de 18.8°C, oscila entre los 13.4°C y los 24.9°C y está ubicado a 1.709 m.s.n.m (“Clima San Agustín”, s.f., párr. 1). El municipio cuenta dentro de su territorio con el nacimiento del Río Magdalena, el cual está ubicado en

el Páramo de las Papas, en donde se halla la Laguna de la Magdalena; además, al noroeste del municipio y a 10 kilómetros aproximadamente de este, se encuentra uno de los sectores torrentosos del Río Magdalena, el atractivo turístico llamado “El Estrecho” (Repizo, 1981, pág.14). Adicionalmente, cuenta con el Río Sombrerillos y Naranjos, y los alrededores del territorio agustinense se distinguen de los demás destinos colombianos por haber sido escogido por tribus indígenas para sus asentamientos y por haber vivido centurias en el territorio (Repizo, 1981, pág.1 y 2).

Al oeste y a dos kilómetros y medio del municipio, se halla el asentamiento principal de la civilización indígena agustiniana, en el cual se encuentra ubicado el principal atractivo turístico del destino, el Parque Arqueológico de San Agustín, allí se encuentran sepulcros, monolitos, esculturas y santuarios en piedra (Repizo, 1981, pág. 15). Además, el municipio de San Agustín, es la Capital Arqueológica de Colombia y nombrado Patrimonio de la Humanidad por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO en el año 1.995 (UNESCO, s.f., párr.1); también, cuenta con otros atractivos históricos y culturales dentro de su territorio como La Chaquira, El Purutal y La Pelota, los cuales atraen alta demanda sobre todo en las temporadas altas del municipio, haciendo que los establecimientos de alojamiento lleguen a su 100% de ocupación (ver anexo 2 y 3).

Luego, en el año 2018, Colombia recibió un total de 4’276.146 de turistas extranjeros, sin tener en cuenta en este dato a aquellos que ingresaron por medio de las zonas fronterizas, ya que algunos ingresaron por otros motivos diferentes al turismo, como es el caso de los venezolanos que han entrado al país por motivos de crisis económica en su país de origen (MinCIT, 2018, párr.3). En suma, los visitantes del año 2017 del Parque

Arqueológico de San Agustín, aumentaron en 5,3% con respecto al año 2016; es decir, el total de visitantes en el año 2017 fueron 105.861 (SYTIC, 2017, pág.6).

En cuanto a la oferta de establecimientos de alojamiento del municipio, el territorio cuenta con 45 establecimientos de alojamiento previamente registrados y activos que cuentan con Registro Nacional de Turismo-RNT, según el SYTIC (2019, pág.4). Sin embargo, según un punto de información turístico del municipio, el destino cuenta con 68 hoteles y hostales, de los cuales 8 son extranjeros (ver anexo 4).

De esta manera, San Agustín es uno de los municipios con mayor dinámica de comercio en el sector hotelero junto con el municipio de Pitalito (RCN Radio, 2013, párr.1). Estos municipios después de Neiva, que al ser la capital del departamento y de Pitalito, lo ubican como el destino con mayor infraestructura hotelera, en cuanto a número de habitaciones y camas. El municipio cuenta con 529 habitaciones y 1.242 camas, según el Boletín de Turismo realizado por la Alcaldía de Neiva en el año 2017 (Alcaldía Municipal de Neiva, 2017, p.2).

La oferta hotelera en San Agustín, se caracteriza principalmente por estar ubicada en zonas rurales y campestres del destino; los parajes naturales y paisajísticos permiten brindar un plus a los prestadores de servicios de alojamiento en el municipio. Por lo anterior, diferentes inversores locales e internacionales han encontrado diferentes oportunidades en territorios colombianos con alta atractividad y potencial, instalando sus establecimientos principalmente en zonas verdes y cercanas a los atractivos turísticos del destino, según lo evidenciado en el trabajo de campo como, por ejemplo, Masaya Hostels, Hotel Estorake, Huaka-Yo, Casa de Nelly, Casa Francois y entre otros.

San Agustín tiene distintos tipos de oferta hotelera en su territorio, es decir, los hoteles encontrados en este destino son para público con capacidad adquisitiva baja, media y alta; según lo observado durante el trabajo de campo y evidenciado en uno de los puntos de información turística. Contar con diferentes ofertas de camas y habitaciones en el destino puede ser beneficioso para todo tipo de turista, ya que se hace accesible y asequible a personas en busca de ofertas económicas, y para aquellos que buscan lujo y confort.

En cuanto al Plan Municipal de Desarrollo de San Agustín, Huila (2016-2019), se establecieron las falencias y problemáticas del municipio, tanto económicas como sociales. Una de las problemáticas que enfrenta el destino es la "falta de organización en los prestadores de servicios turísticos por parte de la autoridad local" (Concejo Municipal de San Agustín, 2016, p.65). Además de la baja promoción turística, no existe un control de las practicas que ejercen migrantes extranjeros, y sobre la aculturación que algunos de estos han provocado al decidir asentarse en el destino, principalmente aquellos que practican el turismo mochilero (Concejo Municipal de San Agustín, 2016, p.65). En suma, según Polanco, politólogo de la Universidad del Cauca y residente del municipio, estos turistas extranjeros residen en el municipio sin el cumplimento de las normas legales sobre la presencia de turistas extranjeros en Colombia establecido en el Decreto N° 2268 del 22 de diciembre de 1995 (2015, p.11).

A partir de la situación presentada anteriormente, en el Plan de Desarrollo del Municipio se propusieron varias metas encaminadas al desarrollo y mejoramiento del sector turismo, como la capacitación especializada en servicio al cliente, señalización turística bilingüe, vías turísticas, respaldo a los inversionistas con créditos blandos para la inversión turística, promoción turística por medio de la participación activa en ferias, folletos y entre

otras acciones (Concejo Municipal de San Agustín, 2016, p.65). Gracias a un diagnóstico sobre el impacto del turismo en el municipio realizado por Polanco, se realizaron unos indicadores con el fin de medir el cumplimiento de las metas propuestas por la Administración Pública Municipal de San Agustín.

De estos indicadores implementados, se demostró que de las metas propuestas en mejorar la infraestructura, fortalecimiento de la normalización del sector turismo, el diseño de programas para mitigar los impactos del turismo, la gestión de recursos para formular el Plan Sectorial de Turismo Municipal por medio de la asistencia del Viceministerio de Turismo y promover la reapertura del aeropuerto Contador de Pitalito; sólo este último ha sido cumplido hasta el momento por la Administración Pública y la Secretaria de Cultura y Turismo del municipio (Polanco, 2015, p25).

En suma y en cuanto a la infraestructura vial del municipio, aunque ya se han implementado proyectos en las vías rurales, como la vía que comunica al sector La Muralla con El Tabor con la construcción del tramo de 1.208 metros (“Positivo avance en vías terciarias del Huila”, s.f., párr.6), la vía Pitalito-San Agustín se encuentra en desfavorables condiciones. Un sinnúmero de accidentes de tránsito han sido ocasionados por el mal estado de la vía, pues campesinos, transportadores, líderes del municipio de Isnos, San Agustín y las comunidades de estos, han realizado protestas exigiendo la reparación de la vía, y a su vez se dedicaron a contar los huecos que existen entre Pitalito y San Agustín. Existen 1.618 huecos durante los 31 kilómetros de recorrido (“1618 huecos hay en la vía Pitalito-San Agustín”, s.f., párr.1).

Evolución de la actividad turística del municipio durante los últimos diez años, según algunos prestadores de servicios de alojamiento del municipio.

Los prestadores extranjeros de servicios de alojamiento, como Masaya Hostels y el Hotel Monasterio, afirmaron que "la actividad turística ha crecido considerablemente en el destino, que existe un gran desarrollo del sector, y que el destino se prepara para un futuro auge" (A. Muñoz, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 2).

Adicionalmente, Poupard, gerente de la cadena Masaya Hostels, afirmó que San Agustín es un pueblo con mucho potencial, que aunque trabaja aún con temporadas, piensa que en el futuro esto se equilibrará en el municipio; y San Agustín, será un destino aprovechable turísticamente en Colombia (S. Poupard, comunicación personal, septiembre del 2018) (ver anexo 2). En suma, afirmó que gracias a la evolución turística que ha tenido el país a nivel internacional, poco a poco la gente buscará lugares más auténticos como San Agustín; y por tanto, la demanda se dirigirá a buscar destinos más reservados y tranquilos (S. Poupard, comunicación personal, septiembre del 2018). No obstante, algunos prestadores extranjeros opinaron que en el destino ya existe demasiada oferta hotelera como se dirigió la administradora de Casa François (L. Galeano, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 2).

Al preguntar a los prestadores locales, la administradora del Hotel Akawanka Lodge, Cardoso, indica que "San Agustín ha pasado de un turismo medio a un turismo de categoría alta" (comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3). Adicionalmente, afirma que anteriormente muy pocos hoteles ofrecían un servicio de confort, pero con la llegada del hotel Akawanka Lodge, instalado hace seis años, el sector hotelero en el municipio empezó a surgir con ofertas de alta categoría. Adicionalmente, según Lola

Cardoso, administradora del Hotel Yalconia, “ha habido una evolución en el sector en cuanto a la implementación de las normas de sostenibilidad”; además afirmó que “hay demasiada oferta hotelera, y que esta no es un problema de competencia sino en temas de ilegalidad” (comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3).

En suma, según Valdés, administradora del Hotel Casa Tarzán, la evolución del destino en los últimos años ha sido grande, debido a la alta inversión de empresas internacionales (comunicación personal, julio del 2018). Valdés también afirmó que “existe mucha planta hotelera y que la inversión en el destino es principalmente internacional”; y además expresó que “Gracias al Acuerdo de Paz, la gente se ha motivado a invertir en el destino por ser turístico e histórico” (D. Valdés, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3). Igualmente, para López (comunicación personal, julio del 2018), administrador del hotel Valladollyd, la evolución que ha tenido el destino ha sido muy importante ya que ha habido bastante inversión tanto local como extranjera. También, afirma que hay un desarrollo progresivo en cuanto a infraestructura hotelera, lo cual ha hecho disparar a la economía del municipio “ya que, entre más oferta, mayor demanda de turistas” (López, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3).

De lo dicho anteriormente, se puede evidenciar que por parte de los prestadores extranjeros de servicios de alojamiento, se refleja principalmente una clara expectativa sobre el futuro y potencial turístico del municipio, a excepción de la administradora de Casa François, la cual al igual que la expresión de los prestadores locales, existe una preocupación acerca de la sobreoferta que está presentando el destino; y que según Cardoso, la mayoría de estos no cuentan con los requisitos legales para la prestación del servicios de alojamiento en el municipio. Con lo anterior, se puede evidenciar por parte de

las expresiones de los prestadores locales, que hay existencia de la inversión extranjera en el destino.

En suma, según Polanco, una de las problemáticas del municipio era que “el sector turismo no había sido debidamente aprovechado localmente por falta de estrategias públicas que integren los factores culturales, sociales, recursos humanos, educativos, adecuación de infraestructura y servicios” (2015, p.9).Y que además, en el destino no hay la suficiente voluntad política para la implementación de la política pública de turismo; lo anterior, debido a la ausencia del conocimiento en planificación y gestión turística de quienes desarrollan estas labores. Esta situación presentada, podría generar impactos negativos en cuanto a la implementación de estrategias turísticas, debido a que estas podrían implementarse sin conocer el adecuado proceso de planificación y gestión de un destino turístico (Polanco, 2015, p.38).

CAPÍTULO 1. LA EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO A NIVEL NACIONAL Y DEPARTAMENTAL 2008- 2018.

1.1 Motivaciones del entorno nacional a la IED

El Gobierno Nacional ha creado incentivos a la inversión extranjera en el sector hotelero, como la exención de impuestos de renta, el sector turismo se ha destacado principalmente por estos incentivos. Además, ha establecido incentivos tributarios para aquellas empresas turísticas que se establezcan en las zonas más afectadas por el conflicto en el territorio colombiano (ProColombia, 2018, párr.9).

De este incentivo a la inversión, se puede decir que el Gobierno de Colombia pretende enfocar la inversión en el sector hotelero ya no en las principales ciudades del país, sino en aquellos municipios que tengan un desarrollo viable turísticamente; y a aquellos que además hayan sido municipios afectados por el conflicto armado. Lo anterior permite la apertura de nuevos productos diferenciados, principalmente en destinos que no han sido explorados y aprovechados turísticamente.

El Gobierno Nacional de Colombia, por medio del Estatuto Tributario, en el artículo 207-2 numeral 3 y 4, estipuló dos incentivos para la inversión extranjera en el sector hotelero. Uno de estos incentivos consistió en la exención de impuesto de renta para los servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos totalmente o al menos en un 61%, entre el 1 de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, durante los siguientes 30 años a su realización (ProColombia, 2016, p.2). El otro incentivo consistió en la exención de impuesto de renta para aquellos hoteles que se remodelen o amplíen entre el

periodo del 1 de enero del 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, para los próximos 30 años a su realización (ProColombia, 2016, p.2).

En suma, en la Ley 1819 de 2016, en el artículo 100 parágrafo 5, se estipuló que los servicios prestados en nuevos hoteles que se construyan en municipios de **hasta doscientos mil habitantes,** el impuesto de renta "estará gravado a la tarifa del 9%, tal y como lo certifique la autoridad competente a 31 de diciembre del año 2016, dentro de los diez (10) años siguientes a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, por un término de 20 años" (Congreso de Colombia, 2016, p.23).

De lo anterior, se puede afirmar que, el municipio de San Agustín, al contar con 33.820 habitantes, según proyecciones y registros del DANE, las inversiones que se realizaron en el destino a partir del 1 de enero del año 2017 y las inversiones que se realicen en el sector hotelero en el municipio sea de locales o extranjeros hasta el año 2027, tendrán una tarifa del 9% en el impuesto de renta durante los siguientes 20 años de su realización. Por lo anterior, el presidente de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia-Cotelco, Gustavo Toro, demandó a la Corte Suprema por haber cambiado las reglas de juego que se habían establecido sobre la exención de impuestos a hoteles construidos o remodelados al haber gravado a una tarifa del 9% en impuesto de renta a estos establecimientos (El Tiempo, 2019, párr.2). De este modo, la Corte respaldó la demanda de la Asociación Hotelera, aliviando a 2.500 establecimientos hoteleros de seguir pagando 9% en impuesto de renta (El Tiempo, 2019, párr.3).

1.2 Inversión Extranjera Directa (IED) en el sector servicios desde el ámbito nacional entre el año 2008 y 2018.

Cabe aclarar, en primer lugar, que esta investigación pretende analizar la IED desde el año 2008, debido a que en ese año en el municipio de San Agustín seguían presentándose enfrentamientos de grupos armados, pues el Ejército Nacional de Colombia tuvo que mantenerse a la ofensiva por seis ocasiones, en las cuales en su mayoría hubo combates entre tropas; lo anterior, por amenazas en el municipio en el año 2008 por las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y otros grupos armados como el Ejército de Liberación Nacional (ELN) y las "Águilas Negras" (Unidad de Manejo y Análisis de Información Colombia [UMAIC] (2008, párr.1).

Por tanto, se pretende mostrar la evolución de la IED en el sector hotelero, ya que el incentivo fue creado en el año 2002, y en el año 2008 seguían presentándose enfrentamientos tanto a nivel nacional como regional. Y, aun así, se identificó durante la salida de campo, que inmigrantes extranjeros llevan asentados en el municipio hace más de quince años, como, por ejemplo, Heymann asentada hace 36 años en el territorio agustinense (N. Heymann, comunicación personal, 2018) o como François, hace 19 años (L. Galeano, comunicación personal, julio del 2018).

Con lo anterior, se evidencia que, a pesar de la situación del municipio, inversores extranjeros tomaron la decisión de asentarse en éste sin importar las circunstancias; por tanto, es conveniente en esta investigación conocer sus principales motivos de inversión y asentamiento desde aquellas épocas vividas por la comunidad del destino.

En segundo lugar, la IED es uno de los indicadores de éxito económico del país, y según la Marca País Colombia, y en el año 2008, del total de inversión, el sector comercio de restaurantes y hoteles, es decir, la inversión realizada en infraestructura hotelera y establecimientos de alimentos y bebidas en Colombia, participó con el 10%, presentando un incremento del 28% frente al periodo del año anterior (2007) (ProColombia, 2008, p.7). El total de la IED en ese año fue de US$10.596 millones, y los países que participaron de la IED durante ese periodo del año 2008, se destacan principalmente Estados Unidos, seguido por Anguilla, luego España, Panamá y México (ProColombia, 2008, p.6).

Enseguida, la IED para el año 2009 fue positivo, ya que el MinCIT afirmó que "mientras según estimaciones de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo –UNCTAD los flujos de IED cayeron en el mundo a tasas del 44%" Colombia había tenido una caída anual de 10,5%, pasando de US$10.596 millones a US$7.137 millones para ese año (MinCIT, 2009, párr.3). Es decir, disminuyó en 32,64% con respecto al año anterior, y en cuanto a la participación del comercio de restaurantes y hoteles, esta fue de 8,3% del total de la inversión (ProColombia, 2011, p.8). Adicionalmente, la IED siguió disminuyendo, pues en el año 2010 obtuvo una caída en 5,3% frente al año 2009, quedando en US$6.760 millones de dólares (ProColombia, 2011, p.2). Asimismo, el sector de comercio de restaurantes y hoteles en su participación total al quedar con US$446 millones de dólares; es decir, con el 6% del total de inversión (ProColombia, 2011, p.8).

En cuanto al año 2011, la IED en Colombia creció en el 92% con respecto al año anterior, con una inversión de un total de US$13.234 millones de dólares según lo afirmó el ministro de comercio de ese entonces, Díaz Granados (Dinero, 2012, párr.1).Según el Banco de la Republica, desde que se reglamentó la Ley 788 del 2002, la IED en el sector

hotelero ha aumentado sus cifras de inversión, pues en el año 2011 tuvo un total de US$2.546 millones, siendo uno de los años en los que se ha recibido mayor inversión y participación (La República, 2015, párr. 1); pues participó con el 19,24% del total de la inversión en el año 2011.Además, según cifras de ProColombia, desde el año 2010 se instalaron 28 proyectos hoteleros internacionales en Bogotá, y en departamentos como Bolívar, Atlántico, Santander, Valle y entre otros (La República, 2015, párr.8).

En el año 2012, Colombia es reconocida como una de las naciones sudamericanas más atractivas para capitales foráneos, pues según la Marca País, los avances en materia de seguridad, el apoyo del Gobierno Nacional y los acuerdos comerciales firmados fueron factores clave (ProColombia, 2013, párr.3).Además afirmó, que el sector de petróleo y minas es el más apetecido en la IED, así como el sector de comercio, restaurantes y hotelería (ProColombia, 2013, párr.4).La IED en ese año llegó a US$15.612 millones de dólares, participando el sector de comercio de restaurantes y hoteles con un 8,73%, disminuyendo significativamente la participación de este sector en un 40,8%, en comparación con el año 2011 (MinCIT, 2013, p.18).

Por otra parte, en junio de 2013, de 20.969 (miles) personas ocupadas en el país, el 27,1% correspondió al sector de hoteles y restaurantes, 1,7% más que el periodo del año anterior y 0,8 más que el total nacional (MinCIT, 2013, p.7).También, el sector hotelero en el año 2013 permitió "la llegada de grandes cadenas internacionales[1], la inversión de diversos grupos económicos, y el auge de la construcción y remodelación, se convirtieron en factores claves para su dinamización" (Barrera et al, 2013, p.80). Colombia había

[1] Cadena hotelera hace referencia a la gestión única de varios hoteles ubicados en diferentes zonas geográficas que comparten ciertas características en la prestación del servicio; y además, son creadas para generar mayor rentabilidad y reconocimiento de marca (Larraiza, s.f., pár1).

logrado un gran reconocimiento a nivel internacional, gracias a la riqueza y variedad de paisajes, las dinámicas económicas y culturales del país; y por último, la oferta de productos turísticos especializados (Barrera et al, 2013, p.80).

El total de la IED en 2013, fue de US$16.832,6 millones de dólares, es decir un aumento del 7,61% frente al año 2012 (Caracol Radio, 2014, párr.2). El Banco de La República afirma que el dinamismo en el sector hotelero ha aumentado satisfactoriamente en un 200% en los últimos cuatro años y además, reporta recursos extranjeros por US$1.601 millones de dólares (Chacón, 2013, párr.9).

Por otro lado, la IED del año 2014 fue de US$15.032,3 millones de dólares que, comparado con el año anterior, en este año se obtuvo una caída de 10,7% (MinCIT, 2014, p.1). Para este año creció la participación del sector de petróleo, minería e hidrocarburos, en un 82,5%, y la participación de otros sectores por tanto disminuyó a 17,5%, con una caída correspondiente al 14,8% comparado con el año anterior (MinCIT, 2014, p.2 y 4).

Según el Ministerio de Minas y Energía (MinMinas) en el año 2014, entre los sectores que evidenciaron una baja en los montos está el sector comercio, restaurantes y hoteles con una caída del 26,07%. Por tanto, en ese año el sector servicios participó sólo en el 5,23% del total de la inversión (MinMinas, 2015, p.1 y 2).

En cuanto a la inversión del año 2015, aunque el gobierno nacional pretendía que la inversión aumentara, esta disminuyó aún en mayor proporción a la que bajó en el año 2014.La inversión extranjera en 2015 se ubicó en US$10.778,9 millones de dólares, con una caída del 26% con respecto al año anterior (MinCIT, 2015, p.1).Sin embargo, la participación en la inversión de otros sectores aumentó al 26,8% y creció en 18,3% con

respecto al año anterior (MinCIT, 2015, p.3).El sector de comercio, hoteles y restaurantes obtuvo una participación en ese año de 17,25% del total de la IED (ProColombia, s.f., párr.1).

En el informe de Inversión Extranjera Directa (IED) realizado por ProColombia para el año 2016, se afirmó que el 84,8% del total de la IED son de sectores diferentes al petróleo y minas (ProColombia, 2016, p.4). El total de la inversión fue de US$13.593 millones de dólares, de los cuales el 8% correspondió para el sector servicios (ProColombia, 2016, p.4).

El MinCIT afirmó que ese año (2016) reflejó un aumento correspondiente al 15,8% más que el año anterior; y US$ 11.525 millones de dólares se dirigieron a sectores como: agricultura, manufactura; electricidad, gas y agua; construcción, comercio, restaurantes y hoteles; transporte y almacenamiento; establecimientos financieros y servicios comunales (MinCIT, 2017, párr.2).El crecimiento de los sectores nombrados anteriormente, aumentaron en 32,7% con respecto al año anterior (2015) (MinCIT, 2017, párr.3). En el año 2016, las participaciones del sector minero y de los no minero- energético causa un gran cambio con respecto a los años anteriores.

El Banco de la Republica en su informe de IED del año 2016 afirmó que los principales receptores de inversión no fueron principalmente el sector petrolero y minero, sino aquellos sectores como Manufactura, construcción; comercio, restaurantes y hoteles, servicios financieros, Energía y gas (El Nuevo Siglo, 2017, párr.7).En el año 2015, mientras el 60% del total de la IED correspondían a sector no minero-energético, en el año

2016 estos sectores participaron con el 25% (El Nuevo Siglo, 2017, párr.9).Es decir, que otros sectores se están llevando la mayor parte de la inversión extranjera.

Con respecto a lo dicho anteriormente, se puede afirmar que la inversión ha buscado otros sectores que son rentables en el país para invertir, lo cual se traduce a la diversificación de actividades económicas. Por ende, es favorable para el país debido a que disminuye su dependencia en el sector petrolero y minero, permitiendo así la expansión económica a partir de otros sectores como el sector comercio, hoteles y restaurantes.

En cuanto al año 2017, la IED aumentó con respecto al año anterior por un valor de US$14.013, el sector petrolero participó esta vez en un 22% del total de la inversión (MinCIT, 2018). Es decir, otros sectores participaron en un 78% del total de la inversión. Sin embargo, el sector comercio, restaurantes y hoteles participaron con el 6% del total de la inversión, reflejando una disminución de dos puntos porcentuales con respecto al año anterior (MinCIT, 2018). Los recursos de la inversión de ese año se originaron en 46 países, principalmente de América, Europa y Asia (Portafolio, 2018, párr.2).

Luego, para el año 2018, la IED obtuvo un total de inversión de US$11.010 millones de dólares, es decir, una caída del 20,4% frente al año anterior. En cuanto al sector comercio y hoteles, este obtuvo una participación del total de la inversión del 12%, quedando en 3 lugar en la participación de inversión de los diferentes sectores. Es decir, que el sector de comercio y hoteles aumentó 6% porcentuales en su participación del total de la inversión (El Tiempo, 2019, párr.2).

Del análisis anterior de cada año, según Chacón, en su artículo escrito en el periódico El Espectador en el año 2013, las campañas realizadas por el MinCIT como fue

"El Riesgo es que te quieras quedar" y las leyes que incentivaron las inversiones en el sector, Colombia llegó al punto de ofrecer entre los años 2013 y 2015 cerca de 5.000 habitaciones nuevas (Chacón, 2013, párr.4).

El autor afirma que esta estrategia no sólo dio la bienvenida a grandes cadenas como Hilton, Marriot, Hyatt, NH Hotels y entre otras cadenas que no solo están pensando en realizar inversiones en las principales ciudades de Colombia, sino en poblaciones pequeñas con gran potencial turístico (Chacón, 2013, párr.7). De este modo, entre 2003 y 2014, se abrieron 32.353 cuartos nuevos, dejando una inversión de $2,93 billones de pesos (Forero, 2015, párr.3). La IED, se ha visto reflejada considerablemente desde el año 2002, gracias al incentivo a la inversión extranjera por parte del gobierno nacional, grandes cadenas hoteleras de carácter internacional han visto en Colombia un destino atractivo para la inversión (Forero, 2015, párr.6).

Aunque los segmentos de estas grandes cadenas hoteleras, son principalmente de negocios, de lujo y familiares, según Gustavo Toro, presidente de Cotelco, la tendencia colombiana en el sector hotelero está marcada por el segmento de los "*backpackers*" (huéspedes con mascotas, o establecimientos especiales para pacientes de cirugías y tratamientos estéticos) (Forero, 2015, párr.9). Es decir, nuevos nichos de mercado que rompen con los esquemas tradicionales. Por tanto, según la afirmación del presidente de Cotelco, la inversión extranjera en el sector hotelero podría verse en este momento desviada por hoteles en destinos pequeños con alto potencial turístico con el fin de brindar una oferta diferenciadora.

Adicionalmente, algunas de las causas que se identificaron por la baja de la IED en el año 2014 fueron; por un lado, las reformas tributarias entre los años 2012 y 2014 que le causaron grandes incrementos a los costos operativos a las petroleras. Y, según Barrientos, profesor de Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia, la desaceleración de la economía a nivel mundial durante los dos últimos años (Citado por Idárraga & Foronda, 2015, párr.5).

Por esta razón, entre las principales razones por las cuales la IED en el año 2015 cayó en 26%, fue la disminución de los precios de los minerales que se ha venido reflejando desde el año 2012 al reducirse a la mitad el precio del petróleo después de haberse mantenido durante varios años (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2015, pág.10). El precio del petróleo por barril pasó de 104,75$ en el año 2014 a 44,40$ en el año 2015 (“Precio del petróleo OPEP por barril”, 2015, párr.1). También, estableció que se mantendrá aún en niveles inferiores para los próximos años; y, por ende, los países debían aprovechar estos flujos para diversificar sus economías, potenciar la innovación y la implementación de tecnologías (Portafolio, 2015, párr.5 y 7). Adicionalmente, por primera vez en tres años los servicios vuelven a ser el mayor receptor de IED con el 47% de las entradas, y en Colombia el 41% de las entradas en el año 2014 correspondieron a la IED, con un incremento del 31% desde el año 2009 (CEPAL, 2015, pág.23 y 26).

El sector servicios muestra una diversidad al incluir los servicios financieros, la infraestructura, servicios empresariales a distancia y el turismo, con comportamientos diferentes en cada economía en las entradas de IED (CEPAL, 2015, pág. 26). Sin embargo, según la CEPAL, los servicios empresariales a distancia y el turismo desempeñaron un

papel relevante a pesar de no ser intensivos en capital, estos dos sectores resultaron siendo significativos para la región gracias a la capacidad de estos de crear empleo (2015, pág. 26).

Con lo mencionado anteriormente, se puede ver reflejada la dependencia que se tenía, o se tiene, de los países latinos en los minerales, lo cual afectaba directamente a la economía de los países al participar este sector en mayor proporción a los demás sectores. En este caso, países petroleros como Colombia, tuvieron que aprovechar su potencial en recursos naturales para impulsar sectores como el turismo.

En el año 2016, a causa de la venta de ISAGEN, una empresa privada y comercializadora de energía con sede en Medellín, la cual sumó US$3.700 millones de dólares en las cifras de la IED para ese año (El Tiempo, 2018, párr.4); se pronosticaba un valor aproximadamente de US$11.113 millones de dólares, sin embargo, el valor presentado de la inversión en el año 2017 fue mucho más alentador (El Tiempo, 2018, párr.4). Lo anterior, gracias al alza de los precios del petróleo y el carbón, además de la estabilidad de la confianza en la economía del país, que provocaron la llegada de una mayor inversión en el país (El Tiempo, 2018, párr.5).

A continuación, se presentará un breve resumen por medio de una gráfica de lo dicho anteriormente, la evolución que ha tenido la IED en Colombia desde el año 2008 y de cómo el sector servicios se ha comportado con respecto al total de la inversión extranjera.

Figura n° 1. Participación del sector servicios en la IED entre el año 2008 y 2018.

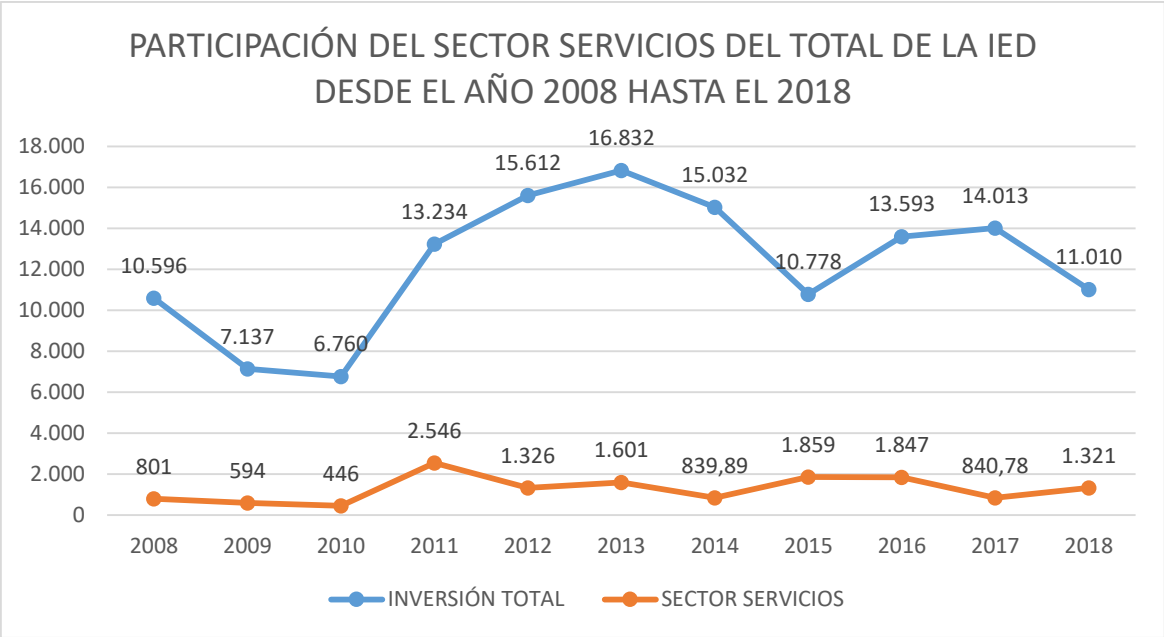

Figura 1. Elaboración propia basada en los informes de IED de ProColombia.

De la gráfica anterior, se puede evidenciar que la inversión extranjera en Colombia ha tenido años buenos y regulares; que el mínimo valor de inversión fue en el año 2010 con un valor de US$6.760 millones de dólares; y por otra parte, su mejor año en inversión extranjera fue el 2013 al obtener una inversión de US$16.832 millones de dólares. Por otra parte, aunque otros sectores como el primario y secundario se vieron afectados por motivos económicos o políticos; el sector servicios se comportó de manera relativamente constante a pesar de la volatilidad que presentó la inversión extranjera total.

A partir de lo mencionado anteriormente, aunque en los artículos periodísticos e informes por las instituciones públicas se menciona principalmente la influencia de cadenas hoteleras en las principales ciudades de Colombia y en algunos departamentos, no se ha podido identificar un reporte más específico de la inversión extranjera en territorios de baja densidad poblacional como el municipio de San Agustín. En esta coyuntura se tomaron en

cuenta documentos a partir de la información encontrada en revistas, periódicos e informes elaborados por instituciones públicas y privadas para llevar la inversión a puntos más específicos.

2.2 Inversión en el departamento del Huila entre el año 2008 y 2018.

Con respecto a la inversión en el departamento del Huila, se obtuvieron datos encontrados a partir del Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER) del Huila, desarrollados por la Cámara de Comercio de Neiva (CNN) y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Sin embargo, cabe aclarar que en este informe no se discrimina la inversión extranjera y la local, los valores de inversión se encuentran totalizados desde el año 2008 hasta el 2018.

Para empezar, en el año 2008 según el ICER, el total de capital aportado por sociedades constituidas en el departamento fue de $19.284 millones de pesos, de los cuales el sector servicios participó con el 6%; además, este sector participó con el 12,4% del total de las 512 sociedades que se constituyeron en ese año (CCN, citado por DANE 2008, p.27) Adicionalmente, el total de licencias según tipo de construcción a nivel nacional en el año 2008 y del sector hotelero fue de 353.398 m², del total del área, el departamento del Huila participó en el 0,91% según el DANE (Citado por DANE 2008, p.62).

En cuanto al año 2009, el total del capital aportado en activos por sociedades constituidas en el departamento fue de $19.439 millones de pesos, de los cuales el sector servicios participó en el 12% (CCN, citado por DANE 2009, p.26). En suma, el total de sociedades constituidas en unidades fue de 435, de las cuales el sector servicios participó en el 11,72% del total de sociedades constituidas (ICER, 2009, p.26). Además, en cuanto al

total de licencias de construcción en m² en el sector hotelero, estas disminuyeron a nivel nacional con respecto al año anterior; ya que el total a nivel nacional en el sector hotelero fue de 243.210 m², de los cuales, el Huila participó con el 1,20% (CCN, citado por ICER 2009, p.26).

Adicionalmente, en el año 2010 el total del capital aportado en sociedades constituidas con respecto al año anterior obtuvo un crecimiento en el 22%. El total de la inversión neta por sociedades constituidas en todos los sectores fue de $23.747 millones de pesos, de los cuales también creció el sector servicios obteniendo una participación del 33% del total de inversión neta (CCN, citado por DANE 2010, p.21). El total de sociedades constituidas fue de 518 con un aumento del 19% con respecto al año anterior; adicionalmente, el sector servicios obtuvo un considerable aumento de sociedades constituidas al obtener una participación del 37% del total de las sociedades creadas (CCN, citado por DANE 2010, p.21).

Mientras tanto, en el año 2011, el capital en activos por sociedades constituidas en todos los sectores en el Huila fue de $23.051 millones de pesos y con un total de 610 sociedades nuevas (CCN, citado por DANE 2011, p.25). El sector servicios participó con el 30,6% del capital aportado total y con un aumento considerable en sociedades creadas al participar en el 46,39% del total de sociedades nuevas. Es decir, el sector servicios obtuvo 283 unidades de sociedad nuevas (CCN, citado por DANE 2011, p.25). Adicionalmente, en cuanto a licencias de construcción otorgadas en el departamento, estas correspondieron a 706.775 m², del total del área el sector hotelero participó en 1,97% (DANE, 2013, p.65).

De igual importancia, en el año 2012, el departamento del Huila obtuvo 755 sociedades constituidas de todos los sectores, de las cuales 86 pertenecieron a la zona sur del departamento (CCN, 2015, p.6). Es decir, 145 sociedades más que en el año anterior y aportando un capital de $23.331 millones de pesos (CCN, citado por DANE 2013, p.31). En cuanto al sector servicios, del total de capital aportado, este sector participó en el 27,34%; adicionalmente, en cuanto a unidades de sociedades constituidas, este fue el sector que más se destacó en el año 2012 al obtener una participación de 44% del total; es decir, 332 sociedades constituidas pertenecieron a este sector (CCN, citado por DANE 2013, p.31).En cuanto a las licencias de construcción otorgadas, el total de área en el Huila fue de 622.696 m², de los cuales el sector hotelero participó con el 1,50% del total del área del departamento (DANE, 2013, p.65).

En el año 2013, el Huila obtuvo 814 sociedades constituidas; es decir, un crecimiento del 7,8%, lo cual se traduce a 59 sociedades más que el año anterior y 82 constituidas en el sur del departamento (CCN, citado por DANE 2013, p.31). No obstante, obtuvo un crecimiento aún más importante en el capital aportado del total de los sectores, ya que se logró un crecimiento en 43,6% comparando con el año 2012, el total de capital aportado fue de $33.512 millones de pesos (CCN, citado por DANE 2013, p.31). Sin embargo, el sector servicios participó en menor proporción en el capital aportado y en cuanto a sociedades nuevas, ya que para ese año participó en el capital con el 11,11% del total, y en cuanto a unidades de sociedades constituidas, participó con un 28,37% del total de sociedades en el departamento (CCN, citado por DANE 2013, p.31).De este modo, del total de licencias otorgadas en el departamento, que correspondieron a 663.146 m², el sector

hotelero participó con el 0,65%; es decir, con una disminución en 53,9% con respecto al año anterior (DANE, 2013, p.65).

En suma, el año 2014, en el departamento se constituyeron 852 empresas en sociedad, de las cuales 100 pertenecieron a la zona sur de Huila (CCN, 2015, p.4). Del total de las sociedades, se aportó un capital correspondiente a $24.616 millones de pesos; es decir, un descenso en 26,5% con respecto al año anterior (CCN, citado por DANE 2014, p.37). En cuanto el sector servicios, del capital aportado en el departamento, este participó en el 33,65% del total; además, este sector obtuvo una participación en 28,28% sobre el total de empresas constituidas en el departamento (CCN, citado por DANE 2014, p.37). Por otro lado, en cuanto a las licencias otorgadas en el departamento, estas alcanzaron un valor de 450.294 m², del área total el sector hotelero participó con el 1,17% con un crecimiento correspondiente al 23% con respecto al año anterior (DANE, 2014, p.68).

Para el año 2015, en cuanto a la constitución de nuevas sociedades por medio de la inversión privada, se obtuvieron 802 de las cuales 1 perteneció a tipo de sociedad extranjera y 81 a la zona sur (CCN, 2017, p.3 y 4). Aunque este año obtuvo una caída del 5,5% con respecto al año anterior, su capital aportado fue considerable al obtener $56.141 millones de pesos en activos (CCN, 2016, p.21). Adicionalmente, el sector servicios participó en el 31,6% del total de sociedades nuevas, pero con baja participación en el capital aportado, ya que obtuvo una participación de 8,4% (CCN, 2017, p.3). Por otro lado, acerca de las licencias de construcción otorgadas del departamento, las cuales obtuvieron un valor de 754.778 m², el sector hotelero participó con 177 m², representando una caída de 96% con respecto a las participaciones anteriores (DANE, 2015, p.66).

Más tarde, en el año 2016, según la Cámara de Comercio de Neiva en el ICER, la constitución de empresas creció en un 27% al obtener 1.018 sociedades nuevas de las cuales 7 se ubicaron en la zona sur, pero sin ningún tipo de sociedad extranjera según el informe realizado por la CCN (2017, p.4). Es decir, teniendo en cuenta tanto sociedades como personas naturales, el número exacto de unidades productivas en el departamento fue de 8.156 para el año 2016.Del total de unidades productivas, alojamiento y servicios de comidas participó con el 16,8% (CCN, 2017, p. 86 y 87). Por otro lado, en cuanto al aporte de capital por las sociedades correspondió a $30.603 millones de pesos, de los cuales el sector servicio participó en el 43,4% (CCN, 2018, p.99).Adicionalmente, la Cámara de Comercio de Neiva también afirmó que los sectores donde más se crearon empresas fue el sector servicios, comercio y construcción (2016, p.21). Además, en cuanto a las zonas que más participaron en cuanto a nuevas empresas y mayores aportes fueron la zona norte y sur respectivamente (CCN, 2016, p.21).

En cuanto al año 2017, las empresas nuevas en sociedad disminuyeron en un 19% con respecto al año anterior, pasando de 1.018 a 825 sociedades constituidas, de las cuales 73 se ubicaron en la zona sur (CCN, 2019, p.83).El sector servicios participó con el 31,51% de sociedades nuevas (CCN, 2018, p.98).Es decir, teniendo en cuenta las personas naturales y las sociedades, las unidades productivas totales fueron de 8.770 (CCN, 2018, p.84).Por otro lado, en cuanto al capital aportado por las nuevas sociedades este se redujo al 16% al obtener $25.681 millones de pesos para ese año, de los cuales el sector servicios participó en el 22,1% (CCN, 2018, p.98). En cuanto a las licencias de construcción otorgadas en el año 2017, el departamento del Huila licenció 412.817 m², de los cuales el sector hotelero participó con el 0,1% del total del área (DANE, citado por ICER 2017, p.39).

Adicionalmente, la agencia de inversión Invest In Huila afirmó, en su Informe de Coyuntura Económica del año 2017, que las unidades productivas habían aumentado en 7,53% con respecto al año 2016 (CCN, 2017, p.16). Es decir, con un total de 8.770 unidades productivas la dinámica empresarial del departamento del Huila reflejó un crecimiento en actividades generadoras de ingresos (CCN, 2017, p.16).

Con respecto a lo dicho anteriormente, el sector comercial cuenta con 3.827 unidades productivas, seguido por el sector servicios en alojamientos y restaurantes con 1.616 unidades, y las restantes pertenecientes a otros sectores (CCN, 2017, p.17). Por otro lado, en cuanto a la inversión de activos de cada sector, el sector servicios contribuyó con $5.313 millones (CCN, 2017, p.17).

En el año 2018, el total de unidades productivas creadas fue de 8.148 en el departamento, de las cuales 90 se ubicaron en la zona sur (CCN, 2019, p.83). El sector servicios participó en segundo lugar en unidades productivas con una participación de 36,3%.En cuanto al aporte de capital de las sociedades, estas contribuyeron en $27.325 millones de pesos de los cuales el sector servicios participó en 37,6%; sin embargo, teniendo en cuenta las personas naturales esta alcanza un total de $58.115 millones de pesos y el sector servicios participa en el 23,72% del capital total (CCN, 2018, p.72).Por otra parte, en cuanto a las licencias de construcción, de enero a octubre, el departamento del Huila obtuvo 393.768 m², de los cuales el sector hotelero participó con 265 m² (CCN, 2018, p.38).

Con respecto a lo dicho anteriormente sobre el departamento del Huila, cabe aclarar que las licencias de construcción en m² del sector hotelero en el ICER del 2010 del

departamento del Huila, no discriminó el sector hotelero como los dos informes de los años 2008 y 2009. Es decir, que es probable que la Cámara de Comercio de Neiva haya unido este dato al sector comercio o a otros sectores para ese año. Adicionalmente, la Cámara de Comercio de Neiva ha creado un informe llamado Movimiento Empresarial Departamento del Huila (MOVISOC) con el fin de conocer las sociedades constituidas, las disueltas, el aumento de capital de las empresas existentes, sociedades constituidas por tipos de sociedad o zona y entre otras variables que permiten identificar y conocer el movimiento de las empresas en el departamento.

Sin embargo, en la Cámara de Comercio de Neiva, estos informes están publicados a partir del año 2013.Por tanto, se tomó en cuenta la zona geográfica a partir del año 2012 hasta el 2018.Desafortunadamente, sólo en el año 2015 y 2016 el informe de MOVISOC discrimina en el tipo de sociedad a las empresas extranjeras, pero a partir del año 2017 ya no se identificó esta discriminación en el tipo de sociedad. Adicionalmente, para el año 2016, en ninguno de los informes expuestos por la Cámara de Comercio de Neiva se encuentran las licencias de construcción discriminadas por sectores.

A continuación, se presentará un breve resumen por medio de una gráfica en la cual se presenta el capital aportado en activos del departamento del Huila en cada uno de los años en relación con el sector servicios.

Figura n° 2. Capital aportado por sociedades que se constituyeron en el departamento del Huila y su participación en el sector servicios entre el año 2008 y 2018.

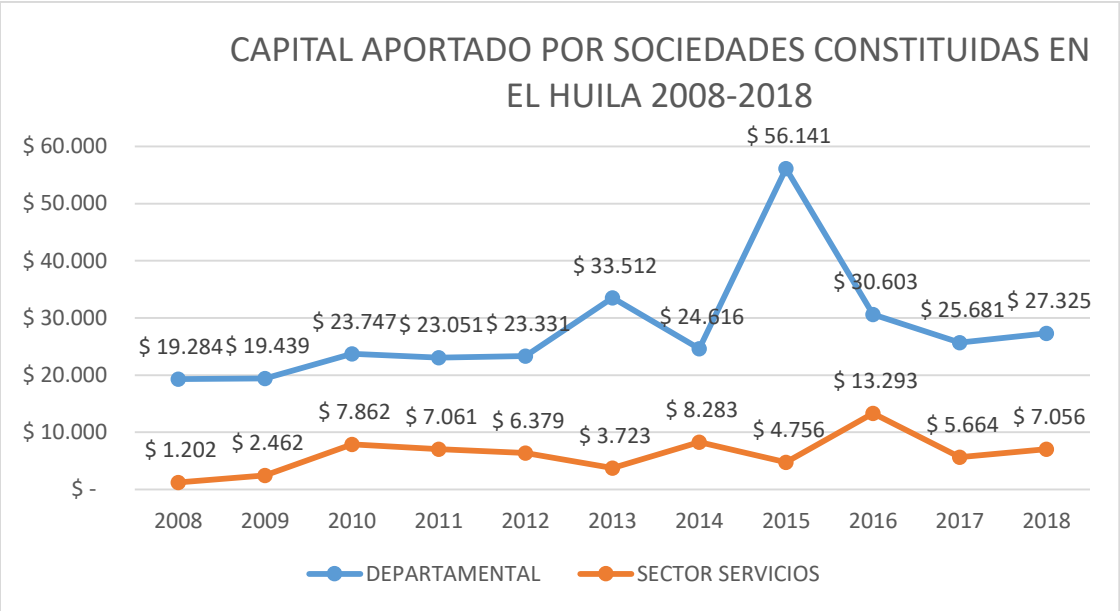

Figura 2. Elaboración propia basada en datos brindados por los informes de la Cámara de Comercio de Neiva y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

De la gráfica anterior, se puede evidenciar que entre el año 2008 al año 2018, la participación del sector servicios se comporta de forma constante y proporcional en la mayoría de las veces a medida que el capital total aportado en el departamento cambia.

Sintetizando, se presentará a continuación una gráfica que resume las sociedades constituidas a nivel departamental en relación con el sector servicios durante el año 2008 hasta el año 2018.

Figura n° 3. Número de sociedades que se constituyeron en el departamento del Huila y su participación en el sector servicios entre el año 2008 y 2018.

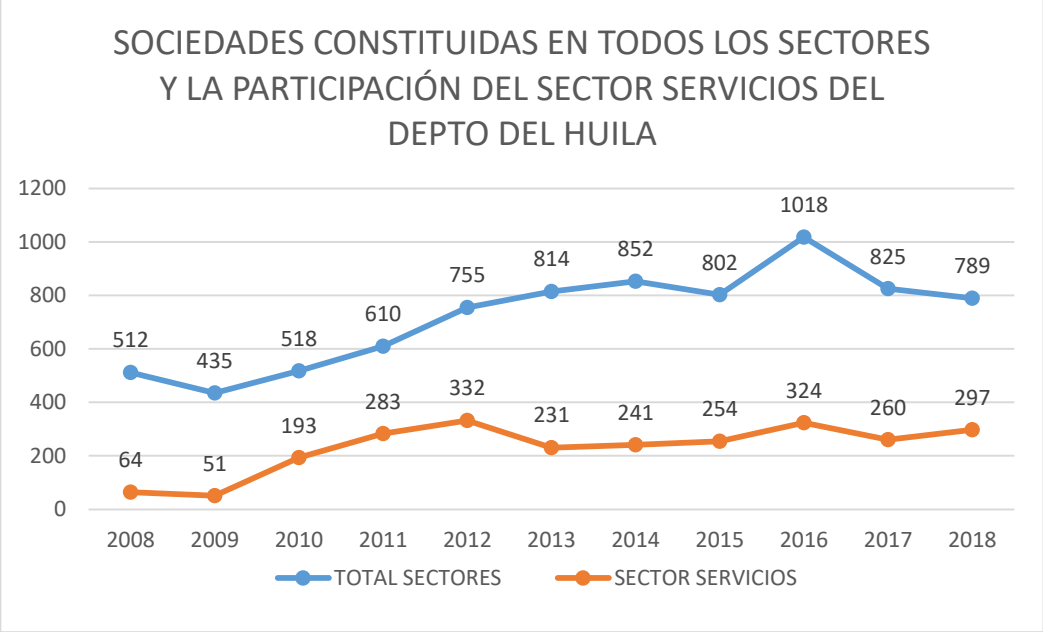

Figura 3. Elaboración propia basada en datos brindados por los informes de la Cámara de Comercio de Neiva y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

De la gráfica anterior, se puede evidenciar que el sector servicios ha tenido un comportamiento irregular entre los años 2008 y 2018, debido a que aumenta y disminuye frente a cada año anterior.Sin embargo, si se tiene en cuenta el total de las sociedades constituidas, el sector servicios se comporta directamente proporcional desde el año 2008 hasta el año 2011.

CAPÍTULO 2. TIPO DE MOTIVACIÓN A LA INVERSIÓN Y EMPRENDIMIENTO, Y ANÁLISIS DE INDICADORES HOTELEROS DE LOS ESTABLECIMIENTOS LOCALES Y EXTRANJEROS DEL MUNICIPIO.

2.1 Motivaciones a la inversión y emprendimiento en el territorio agustinense por parte de los prestadores extranjeros.

A través de las entrevistas a prestadores extranjeros, se logró identificar que dos de estos fueron motivados principalmente por el potencial turístico del destino. Poupard, gerente de la cadena Masaya Hostels, afirmó que se había escogido principalmente este destino a causa de que están seguros que en el futuro la demanda crecerá y para ese entonces ellos ya estarán instalados; ya que ellos siempre pretenden “estar en un lugar antes que los demás, ser los primeros” (S. Poupard, comunicación personal, septiembre del 2018) (ver anexo 2).En suma, afirmó que lleva residiendo un año y que el hotel lleva un año operando dentro del destino pero que su proceso de construcción empezó hace aproximadamente cuatro años (S. Poupard, comunicación personal, septiembre del 2018) (ver anexo 2).Cabe aclarar que en el destino no hay una migración acelerada de estas cadenas hoteleras, hasta el momento se ha evidenciado sólo la cadena de Masaya Hostels.

Por otra parte, el Hotel Monasterio, lleva cinco años operando en el destino, según afirmó Muñoz (comunicación personal, julio del 2018), y además asegura que el destino tendrá en un futuro un auge mayor.

Adicionalmente, durante el trabajo de campo y gracias a algunos estudios previos desarrollados en el municipio y que serán tenidos en cuenta más adelante, se logró identificar que la migración que mayor abunda en el municipio, no solo es por medio de

establecimientos de alojamiento al identificar un claro potencial económico en el futuro del municipio, pues también existen establecimientos hoteleros extranjeros que han iniciado su proyecto en el destino por otros motivos, y sin intenciones de expandirse económicamente. Al igual que otros migrantes extranjeros que se dedican a otras actividades turísticas.

Dos de los prestadores extranjeros que han iniciado su proyecto hotelero en el destino, fueron probablemente motivados por incentivos ofrecidos por el gobierno o porque visualizaron una actividad lucrativa en el destino en el sector turismo. Pero los dos restantes establecimientos extranjeros afirmaron que había sido por factores personales y ambientales del municipio. Es decir, se trata de una migración internacional que se ha venido desarrollando en las últimas décadas, de una migración que cada vez está menos controlada, la cual se produce por personas que ingresaron su primera vez a determinado destino siendo turistas (Capel, 2007 citado por Ospina & Chaparro, 2019).

En las entrevistas al hotel Casa François, que lleva 19 años operando en el destino, Van Malderen, de nacionalidad francesa y dueño del establecimiento, ha vivido desde ese entonces en el municipio al haber sido motivado por aspectos como la tranquilidad y comodidad que le trasmitió el destino desde su primera visita (Galeano, comunicación personal, julio del 2018). Por tanto, Malderen tomó la decisión de asentarse en el municipio y además animarse a la instalación del establecimiento para acoger principalmente a sus amigos europeos en su establecimiento (Galeano, comunicación personal, julio del 2018).

Por otra parte, Heymann, de nacionalidad francesa y dueña del hotel Casa de Nelly afirmó haber residido en el municipio desde hace 36 años, y su establecimiento constituido hace 29 años (Heymann, comunicación personal, 2018). Su principal motivación para

asentarse en el municipio sucedió después de haberlo visitado y fueron también aspectos motivadores como la tranquilidad, comodidad, la naturaleza y la gente (Heymann, comunicación personal, 2018) (ver anexo 2).Es decir, las instalaciones de estos dos últimos establecimientos de alojamiento no fueron motivadas principalmente por incentivos tributarios como la exención de impuestos, sino por factores de amenidad.

De lo anterior y en primer lugar, se puede afirmar que los dueños extranjeros de establecimientos de alojamiento fueron motivados a invertir y asentarse en el destino al identificar una clara oportunidad en el mercado, en este caso en el sector turístico. Por tanto, y al tener en cuenta los informes realizados por Global Entrepreneurship Monitor [GEM], existen dos tipos de motivaciones específicas por las cuales un individuo decide invertir en la creación de un negocio; por un lado, aquella motivación generada por una necesidad de autoempleo, de ingreso básico para subsistir o no tenía otra opción en el momento de arranque (Barbosa et al, 2016, pág.13). Por otro lado, está la motivación generada al identificar una oportunidad en el mercado, la cual según Varela y Bedoya (2006) hace parte de los componentes del emprendimiento, que además de resolver las problemáticas de ingreso básico del individuo, le brinda una oportunidad de desarrollarse como persona y contribuir a la economía del destino (Barbosa et al, 2016, pág.13).

En suma, gracias a los informes por el GEM, se ha podido identificar cuál de estas dos motivaciones abunda principalmente en el territorio colombiano. La TEA se conforma por los *emprendedores nacientes y los emprendedores en desarrollo* según la metrología del GEM (Barbosa et al, 2016, pág.13). De este modo, la TEA por necesidad en Colombia alcanza un índice de 7,5 frente a una TEA promedio del total de los países analizados por la GEM de 3,9; aunque la TEA por necesidad en Colombia es muy significativa frente a la

media, la TEA por oportunidad en el país alcanza un índice de 14,9, es decir que este índice casi que se alcanza a doblar con respecto a la TEA por necesidad y es superior a la de todos los niveles de desarrollo económico propuestos por el Foro Económico Mundial (Barbosa et al, 2016, pág.13) (ver anexo 6).

Adicionalmente, de acuerdo a los datos del GEM, en Colombia desde el año 2006 hasta el año 2015 la TEA ha venido presentando niveles por encima del 20%, a excepción del año 2014 que obtuvo 18%, lo anterior, ha permitido ubicar al país dentro de los ocho primeros lugares a nivel mundial en la actividad temprana emprendedora (Barbosa et al, 2016, pág.13). De esta manera, se puede evidenciar que los emprendedores en Colombia establecen sus negocios en el territorio más por la oportunidad que le ofrece el entorno y territorio, que por necesidad.

De acuerdo al modelo de desarrollo empresarial propuesto por los autores Varela y Bedoya (2006, pág.11), como se mencionó anteriormente, uno de estos componentes es la oportunidad que, al compararlo con las afirmaciones de los prestadores extranjeros, esta oportunidad identificada coincide con los gustos, deseos, necesidades, expectativas y con las capacidades del mercado. Por ejemplo, Malderen y Heymann, decidieron establecer su establecimiento de alojamiento para recibir a sus amigos europeos, por sentirse atraídos por la cultura de la gente y por la tranquilidad del lugar.

Es decir, que al tener en cuenta lo afirmado por los inmigrantes extranjeros, cabe la posibilidad de asumir que, al momento de haber conocido el municipio de San Agustín por primera vez, identificaron una oportunidad de crecimiento económico tanto individual

como para la comunidad local del destino. Por tanto, podría suponerse que estos visitantes pasan por ciertas etapas desde que conocen el destino hasta el proceso de instalación.

GEM establece en su metodología cuatro etapas del emprendedor; la primera etapa, es la de *emprendedor potencial*, la cual identifica a la persona que tiene en mente y en desarrollo una actividad futura que aún no ha empezado (Barbosa et al, 2016, pág.13). Esta etapa podría afirmarse que se da cuando el turista visita por primera vez el destino. La segunda etapa, *emprendedor naciente*, la cual indica los individuos que ya iniciaron a operar su empresa y a pagar salarios por un periodo no mayor a 3 meses (Barbosa et al, 2016, pág.13). Esta etapa, probablemente producida en el momento que después de haber vivido algunos años en el destino, se instala el establecimiento de alojamiento y empieza a operar. La tercera etapa, *emprendedor en desarrollo,* la cual indica el momento en que el emprendedor lleva entre 3 y 42 meses operando su negocio (Barbosa et al, 2016, pág.13). Y, la cuarta etapa, *emprendedor establecido,* la cual corresponde a cuando el individuo lleva más de 42 meses operando y pagando salarios a sus empleados (Barbosa et al, 2016, pág.13).

En definitiva, y al tener en cuenta las etapas mencionadas anteriormente, podría asumirse que Masaya Hostels está en la etapa de *emprendedor naciente,* y que el Hotel Monasterio, Casa François y Casa de Nelly se encuentran en la etapa de *emprendedor establecido*. Cabe resaltar que, según lo afirmado en las entrevistas, los dueños de estos dos últimos establecimientos se encontraron en la primera etapa, *emprendedor potencial,* hace más de 15 años.

Adicionalmente y en segundo lugar, gracias a estudios previos que se han desarrollado en el destino sobre migración, San Agustín posee aproximadamente 70 migrantes de amenidad entre extranjeros y nacionales, que viven dentro del territorio agustinense, no poseen más del 1% de las tierras del municipio; y constituyen aproximadamente el 0,02% de la población (Ospina & Chaparro, 2019, p.174).Según Ospina & Chaparro (2019, p.174), estos migrantes aunque pocos cuantitativamente, su influencia tiene un carácter más cualitativo. Es decir, la presencia de estos migrantes tiene un impacto más que físico, tienen un impacto social grande en el destino. Cabe aclarar que de estos 70 migrantes, todos se dedican a diferentes actividades productivas, sea en la oferta de servicios turísticos o de talante ecologista (Ospina & Chaparro, 2019, p.176).

Según Ospina & Chaparro (2019, p.182), no se debe omitir que estos migrantes extranjeros hayan migrado en busca de "la actividad lucrativa de presentar una mera oferta de servicios para la industria turística". La participación de estos migrantes extranjeros se destaca principalmente en el sector servicios, por medio de restaurantes, hoteles, bares, guianzas sociales (Ospina & Chaparro, 2019, p.176). También, construcción, diseño, investigación arqueológica y fundaciones sociales (Ospina & Chaparro, 2019, p.176). Adicionalmente, estos migrantes extranjeros "tienen una tendencia general por ubicarse cerca al casco urbano, pero en un entorno rural" (Ospina & Chaparro, 2019, p.177).

Los lugares en los cuales han decidido residir estos migrantes extranjeros, son las veredas de La Estrella, El Tablón, La Cuchilla, y Mesitas (Ospina & Chaparro, 2019, p.177) (Ver anexo 5). Las anteriores veredas, se caracterizan principalmente por ser territorios en donde se encuentran los principales atractivos turísticos del destino y por encontrarse cerca al casco urbano, de las más de cien veredas con las que cuenta San

Agustín. En Mesitas, se encuentra el Parque Arqueológico de San Agustín; en La Cuchilla, se encuentran los vestigios correspondientes al atractivo turístico La Chaquira; en El Tablón, otros vestigios que corresponden a la necrópolis de la cultura agustinense.

Por otro lado, las principales características de esta modalidad de migración, según Nakayama y Marioni (2007), es que 1) El individuo debe abandonar su lugar de residencia actual para adoptar otro nuevo; 2) Los migrantes fueron antes turistas que vivenciaron unos días el ambiente del lugar y decidieron en memoria de esas vivencias. Y, 3) Los migrantes se asientan en su nuevo destino con el fin de permanecer en él (González, 2011, párr.6). Estas migraciones de amenidad pueden considerarse en muchos casos, según González (2011, párr.7), como una sombra del desarrollo turístico, debido a que el tipo de movilidades que realizan podría interpretarse como regresivas en términos del desarrollo local. Ya que además de buscar un lugar donde puedan sentirse cómodos, tranquilos y en busca de una mejor calidad de vida, se trata de un juego del negocio y especulación inmobiliaria; pues la decisión de migrar está usualmente acompañada de la decisión de invertir en construcción o adquisición de viviendas permanentes (González, 2011, párr. 7).

Sin embargo, los migrantes de amenidad en muchos casos también deciden involucrarse en la nueva comunidad donde se asentarán con un doble rol, el de poblador y al mismo tiempo el de emprendedor turístico (González, 2011, párr.7). Pues estos inmigrantes toman la decisión de migrar y a su vez invertir en el desarrollo de microemprendimientos turísticos, como el establecimiento de hospedajes y hoteles (González, 2011, párr.7).Es en este momento, donde esta presencia de inmigrantes entra a ser una “sombra del turismo” según González (2011, párr.7), ya que estas decisiones de tener doble papel en la población contribuyen a alentar un crecimiento desmedido en la

oferta de servicios de alojamiento y al aumento de intereses vinculados con la especulación inmobiliaria; y convirtiendo a la migración por amenidad, en una de las repercusiones más críticas en los destinos de naturaleza (González, 2011, párr.7).

El riesgo de estas movilidades motivadas por factores de amenidad, radica en que los destinos empiezan a ser consumidos a medida que son visitados y ser escogidos como nichos de mercado (González, 2011, párr.7). Otro de los riesgos, es la posibilidad de que el desarrollo turístico se lleve a cabo para otros tipos de negocios en los cuales se vincule los intereses con la especulación inmobiliaria (González, 2011, párr.7). Por consiguiente, los procesos de migración por amenidad resultan siendo una amenaza para el desarrollo local de una comunidad; y en el caso de San Agustín, estas movilidades pueden generar además de la apoderación de tierras por parte de agentes externos, una disminución competitiva del destino en el sector turístico, ya que si estas migraciones aumentan, los turistas que deseen visitar el destino ya no podrán encontrarse principalmente a un nativo prestando los servicios, lo cual hace parte de cualquier experiencia turística (la relación con locales).

Por otro lado, según González et al (2009, párr.26), las migraciones de amenidad llevan consigo unos problemas y contradicciones en el desarrollo turístico, afirma que existe una contradicción por parte de los entes encargados del desarrollo del sector turismo tanto a nivel nacional como municipal al promover y fomentar siempre que sea posible la llegada de nuevas inversiones y con ellas el asentamiento de migrantes por amenidad, como aspectos de vital importancia para el desarrollo y crecimiento económico local y social (González et al, 2009, párr.27).Es decir, las acciones tomadas por las administraciones gubernamentales, por medio de instrumentos de fomento como líneas crediticias o políticas

de exenciones impositivas, alientan efectivamente los procesos migratorios (González et al (2009, párr.27).

Adicionalmente, cada año se está presentando una velada competencia entre destinos turísticos para tener la mayor cantidad en metros cuadrados construidos, a mayores habitaciones, camas, hoteles ofertados, cantidad de turistas recibidos, y entre mayor sea el porcentaje de ocupación, son tomados como sinónimo de crecimiento positivo y desarrollo según afirman González et al (2009, párr.28). Aunque el objetivo principal de los establecimientos de alojamiento es obtener mayores ingresos y mejorar sus indicadores operativos, como la ocupación, tener el mayor número de camas y habitaciones ofertadas no hará que un destino turístico sea más atractivo para la demanda, pues tener una sobreoferta en un destino, podría llevar al estancamiento de los establecimientos y a caídas financieras irreparables.

Al tener en cuentas las afirmaciones de los diferentes autores mencionados, y comparando con el destino analizado, es evidente la existencia de la migración por amenidad con doble rol, como local y como empresario turístico según afirmaciones de extranjeros hoteleros. Adicionalmente, al ser un municipio pequeño con características históricas, culturales y parajes naturales, motivan a turistas a no solo establecerse como un local sino a aprovechar su ventaja comparativa frente a otros destinos de Colombia para establecer un negocio turístico o de comercio.

La migración por amenidad podría convertirse en una amenaza para el destino, a causa de que a medida que San Agustín sea visitado, este nivel de inmigración podría aumentar proporcionalmente en los próximos años; y si deciden establecerse con doble rol,

la oferta hotelera del municipio podría llegar a un momento de saturación, que conduciría incluso a disminuir su crecimiento económico en el sector, debido a la alta competencia y a que sus temporadas bajas serán aún mayores. Por otra parte, debido al reconocimiento que el destino ha adquirido, y al ser estipulado como destino internacionalmente aprovechable, esto conducirá directamente a que su valorización de inmuebles suba considerablemente. Aunque es una ventaja para los locales que residen en él, es una barrera para algunos emprendedores locales que planeen construir un proyecto hotelero en este. Lo anterior, según González (2011, párr.7), también podría conducir al riesgo de que se generen negocios vinculados en la especulación inmobiliaria.

Por otra parte, y teniendo en cuenta el Paradigma Ecléctico, otro de los factores motivadores de inversión es el volumen y calidad de los inputs, es decir, la disponibilidad de recursos humanos, de recursos naturales y economías de aglomeración, los cuales son factores influyentes en la ventaja de localización de servicios hoteleros (Ramón, 2002, p.147). Si se analiza el anterior factor con el país y el destino, Colombia es un país atractivo para la inversión gracias a su bajo coste de mano de obra, la mano de obra no calificada tiene un costo de $24.590 al día; la mano de obra semi-calificada un costo de $50.000 al día y la mano calificada por día un valor de $333.333 (Torres, 2018, párr.3).

Es decir, que al tener en cuenta la Teoría del Sistema Mundial de Migración, no se descarta la posibilidad de que prestadores extranjeros que ven un claro potencial en el destino, sean motivados a invertir en un establecimiento turístico al identificar que el coste de mano de obra es barato y puede ser traducido en mayor generación de utilidades. Aunque esta teoría se basa principalmente en el desarrollo capitalista y en algunas ocasiones al desplazamiento forzado de gente con sus actividades tradicionales a otros

destinos, y es claro que en el momento en el destino no existe ningún tipo de desplazamiento, los fundamentos de esta teoría pueden ser aplicables al hoy y al caso del municipio y demás lugares del territorio colombiano.

2.2 Caracterización de la oferta hotelera en el municipio.

En el municipio existen en total 955 establecimientos registrados en el Registro de Industria y Comercio de la Secretaría de Hacienda Municipal de San Agustín, los cuales se dedican a actividades diferentes; por un lado, el sector comercial predominando con el 94% del total de los establecimientos (Concejo Municipal de San Agustín, 2016, p.66). Es decir, 899 unidades de negocio dedicados principalmente a restaurantes, tiendas de artesanías y misceláneas, seguido por las cafeterías, heladerías, panaderías, ferreterías y entre otros (Concejo Municipal de San Agustín, 2016, p.66). El 6% restante de los 955 establecimientos está dedicado al sector servicios, hoteles, empresas de transporte y empresas dedicadas a la promoción turística (1%) (Concejo Municipal de San Agustín, 2016, p.66).

Como anteriormente se había mencionado, San Agustín cuenta con una oferta de 529 habitaciones y 1.242 camas en el sector hotelero (Alcaldía de Neiva, 2017, p.2). Cuenta con 46 establecimientos legalmente activos, de los cuales se identificaron 8 establecimientos extranjeros activos, y los restantes pertenecen a establecimientos locales, gracias a la ayuda del punto de información turística del destino durante el trabajo de campo para distinguirlos (ver anexo 4). Es decir, que el 15% del total de los establecimientos activos, pertenecen a prestadores extranjeros (ver anexo 4). Debido a lo

observado durante la salida de campo, se evidenció de cada hotel estudiado las condiciones de infraestructura, diseño, servicios ofrecidos, personal y servicios especiales, y principalmente teniendo en cuenta sus tarifas. De este modo, se concluyó que el Hotel Masaya y el Hotel Monasterio son establecimientos de categoría alta. De otro lado, el hotel Casa de Nelly y Casa François pertenecen a la categoría media.

Antes de empezar, se realizará una breve descripción de cada establecimiento entrevistado, teniendo en cuenta lo observado en el trabajo de campo. Uno de los prestadores extranjeros de servicios de alojamiento es la Cadena Masaya Hostels, la cual cuenta con sedes en Bogotá, Santa Marta, Quito y en el municipio analizado, San Agustín (S. Poupard, comunicación personal, septiembre del 2018). Este último se caracteriza en la oferta hotelera del municipio principalmente por su diseño único arquitectónico, el cual hace referencia a viviendas indígenas, su vista hacia el cañón del Río Magdalena y por estar ubicado vía a dos atractivos turísticos del destino, La Chaquira y El Estrecho del Magdalena. Este hotel cuenta con 28 habitaciones de tres tipos, cabañas compartidas, habitaciones estándar y suites. Según Poupard, los huéspedes nacionales hacen parte del 70% de las reservas del hotel, y el restante corresponden a internacionales (Comunicación personal, septiembre del 2018).En suma, afirmó que las tarifas del hotel se cobran por habitación, que su ocupación en temporada alta alcanza el 100% y en temporadas bajas, cae hasta el 10%.En cuanto al personal del hotel, expresó que 15 personas hacen parte de la planta (Ver anexo 2).

Figura n° 4. Establecimiento extranjero: Mayasa Hostel.

Figura 4. Wotif.com (s.f.). Masaya Hostel San Agustín.

En suma, Casa de Nelly, un hotel que se caracteriza principalmente por estar en medio de la naturaleza, lo cual permite darle al huésped un ambiente ameno y tranquilo; y además, por estar ubicado en la vereda La Estrella, una vía alterna para llegar al principal atractivo turístico del destino, el Parque Arqueológico de San Agustín. Su dueña, Nelly Heymann, afirmó que los factores diferenciales de su hotel eran su cercanía al pueblo y al

Parque Arqueológico. En suma, expresó que 6 personas hacían parte del personal del hotel, el cual está conformado por 10 habitaciones de tipo compartida y doble, los huéspedes internacionales conforman el 80% del total de los huéspedes, siendo de este modo el 20% perteneciente a huéspedes nacionales (Heymann, comunicación personal, julio del 2018).Por otro lado, expresó que la tarifa de su hotel se cobraba por persona, y que su ocupación en temporada alta alcanzaba hasta el 100%, y en temporada baja, llegaba al 30% (ver anexo 2).

Figura n° 5. Establecimiento extranjero: Hostal Casa de Nelly.

Figura 5. Booking.com (s.f.). Hotel Casa de Nelly.

Otro de los establecimientos extranjeros que se tuvo en cuenta para la investigación fue el Hotel Monasterio, el cual también se caracteriza por su diseño único arquitectónico, el cual alude a la religión católica, por estar ubicado en medio de la naturaleza; y en la

vereda La Cuchilla, la cual está cercana a los atractivos La Chaquira y El Estrecho del Magdalena. El Monasterio es un hotel boutique, caracterizado por su conexión con la naturaleza y confort, conformado por 15 habitaciones de tipo estándar y presidenciales, y sus tarifas son cobradas por habitación (A. Muñoz, comunicación personal, julio del 2018). En suma, el hotel recibe huéspedes en un 50% extranjeros y el otro 50% nacionales, y en cuanto a su ocupación, en temporada alta esta alcanza el 100% mientras que en temporada baja esta llega al 50% (A. Muñoz, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 2). En cuanto al personal del hotel, Muñoz afirmó que el personal debe tener sentido de pertenencia con la región y el hotel; y además, que al ser limitada la oferta de recurso humano profesional y cualificado, debían traer personal de afuera (A. Muñoz, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 2).

Figura n° 6. Establecimiento extranjero: Hotel Monasterio

Figura 6. HRS (s.f.). Hotel Monasterio San Agustín.

Y, por último, de los prestadores extranjeros, el Hotel Casa François, el cual se caracteriza en la oferta de cabañas en un entorno natural y tranquilo; este establecimiento se encuentra en la vereda El Tablón; es decir, vía al Estrecho del Magdalena y La Chaquira al igual que dos hoteles nombrados anteriormente. Sus factores diferenciadores son su ubicación, diseño arquitectónico y comodidad, cuenta con 10 habitaciones instaladas de tipo dormitorio, dobles y cabañas, y su tarifa es cobrada por persona (L. Galeano, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 2).Los huéspedes que se alojan en este establecimientos son en un 90% extranjeros y en un 10% nacionales, los cuales mantienen al hotel en temporada alta en un 100% de ocupación y en un 60% en temporada baja (L. Galeano, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 2).

Figura n° 7. Establecimiento extranjero: Hostal Casa François.

Figura 7. La Casa de François (s.f.). Alojamiento Casa François.

Adicionalmente, en cuanto a los establecimientos locales de alojamiento, uno de los que se tuvieron en cuenta para la comparación de ingresos fue el Hotel Anacaona, el cual se caracteriza principalmente por su aspecto colonial, por estar ubicado en una zona campestre del municipio y por encontrarse ubicado vía al Estrecho del Magdalena. Este establecimiento cuenta con 20 habitaciones de tipo familiar y doble, su tarifa es cobrada por persona, y los huéspedes que llegan son en un 80% extranjeros y en un 20% nacionales (A. Lebaza, comunicación personal, julio del 2018).En cuanto su ocupación en temporada alta, esta alcanza el 100% y en temporada baja cae a un 30% (ver anexo 3).

Figura n° 8. Establecimiento local: Hacienda Anacaona.

Figura 8. Hacienda Anacaona (s.f.). El Hostal.

Otro hotel que se tuvo en cuenta para el análisis de ingresos fue el Hotel Akawanka Lodge, el cual se caracteriza por tener diseños artísticos hechos a mano en cada una de sus habitaciones (Y. Cardoso, comunicación personal, julio del 2018).Cardoso afirmó que el personal del hotel lo conforman 10 personas, principalmente por madres locales cabezas de hogar (Y. Cardoso, comunicación personal, julio del 2018).Este hotel está compuesto por 41 habitaciones como cabañas, habitaciones estándar y suites, y sus tarifas son cobradas por habitación. Los principales huéspedes que se alojan en este hotel son en un 90% extranjeros y en un 10% nacionales (Y. Cardoso, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3).Finalmente, en cuanto a la ocupación de este hotel, en temporada alta este alcanza el 100%, mientras que en temporada baja llega a un 30%.

Figura n° 9. Establecimiento local: Hotel Akawanka Lodge.

Figura 9. Booking.com (s.f.). Akawanka Lodge.

Adicionalmente, el Hotel Huaka-yo, el cual se distingue por tener un diseño arquitectónico alusivo a la cultura asiática, por estar en medio de bosque verde y por encontrarse a 1 kilómetro de distancia del Parque Arqueológico de San Agustín. Este hotel cuenta con 12 habitaciones de tipo familiar y dobles, sus tarifas son cobradas por habitación y su personal está conformado por 8 personas (E. Muñoz, comunicación personal, julio del 2018). En suma, Muñoz afirmó que los huéspedes que se alojaban en el hotel son en un 70% extranjeros y en un 30% nacionales, los cuales mantienen al hotel al 100% de ocupación en temporada alta y en 33% en temporada baja (comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3).

Figura n° 10. Establecimiento local: Hotel Huaka-Yo.

Figura 10. Booking.com (s.f.). Hotel Huaka-yo.

Finalmente, el Hotel Yalconia, el cual se encuentra ubicado vía al Parque Arqueológico, lo caracteriza principalmente su confort y comodidad (L. Cardoso, comunicación personal, julio 2018).Este establecimiento es uno de los más antiguos del municipio al contar con 51 años de operación en el municipio (ver anexo 3).Cardoso afirma que el personal del hotel está conformado por 4 personas permanentes y por 8 personas cuando el municipio está en temporada alta, los cuales deben ser profesionales o técnicos, y deben manejar los idiomas (L. Cardoso, comunicación personal, julio del 2018).Este establecimiento cuenta con 38 habitaciones de tipo familiar y presidencial, sus tarifas son cobradas por habitación (Ver anexo 3).Los huéspedes que se alojan en este establecimiento son en un 70% extranjeros y en un 30% nacional, los cuales en temporada alta mantienen el hotel en un 100% de ocupación y en temporada baja en un 40% (L. Cardoso, comunicación personal, julio del 2018).

Figura n° 11. Establecimiento local: Hotel Yalconia.

Figura 11. San Agustín Huila Colombia (s.f.). Hotel Yalconia.

De lo anterior, y según la ventaja de localización propuesta por Duning (1980), adquiere una gran importancia, ya que por un lado para los consumidores de estos servicios de alojamiento, la localización posee un gran valor a la hora de adquirir el servicio (Ramón, 2002, p.147).El municipio de San Agustín caracterizado por sus montañas, contar con el cañón del Magdalena, y al encontrarse todos sus sitios de interés turísticos en áreas verdes y fuera del área urbana del municipio, según lo observado en el trabajo de campo. Y al tener en cuenta que los establecimientos extranjeros y locales entrevistados se encuentran ubicados en zonas verdes y cercanos a los atractivos, de entrada, esto es un plus que adquieren los establecimientos a la hora de que un turista escoja su lugar de alojamiento durante su estadía. En suma y de acuerdo a lo afirmado por los entrevistados, los factores diferenciales coinciden en la oferta de un lugar rodeado de naturaleza, tranquilo y ameno.

Adicionalmente, al tener en cuenta los factores del desarrollo turístico y los factores de localización del turismo, dentro de los cuales están los factores ambientales (naturales y culturales), los cuales se distinguen por aquellos atributos o condiciones que diferencian y diversifican el espacio (Vera, López, Marchena y Antón, 1997, pág.64). Y por tanto, al adquirir componentes naturales, paisajísticos y culturales adquieren el rango de recurso económico. El municipio al contar con los anteriores factores, lo vuelven aún más atractivo para la inversión y asentamiento en el mismo. Además, el turismo como actividad del hombre, se rige principalmente por ubicarse en los espacios de mayor comodidad y confort; por tanto, cabe la posibilidad de que turistas que visiten el destino se inclinen por aquellos establecimientos que cuenten con estos factores naturales (Vera et al, 1997, pág.64).

2.3 Análisis de los indicadores hoteleros de extranjeros y locales.

Para iniciar con la comparación de ingresos, en la tabla 1. se presentarán indicadores correspondientes a la ocupación, el cual es un indicador que muestra en forma porcentual cuántas habitaciones se ocupan en un establecimiento hotelero, esta puede expresarse de forma anual, mensual o diaria, en este caso será tomada anualmente a partir del promedio entre temporadas altas y bajas del destino. Por otro lado, la tarifa promedio o ADR, es el resultado que se obtiene después de obtener todos los ingresos y dividirlos por el número de habitaciones ocupadas, sea anual, mensual o diario; u otra forma, y la que se utilizó para este análisis fue la suma de las tarifas existentes para posteriormente dividirlas por el número de éstas y teniendo en cuenta las tarifas dadas por los entrevistados en la temporada alta y baja. En cuanto al REVPAR; es decir, el ingreso recibido en promedio por cada habitación disponible, es un indicador que mide los ingresos medios recibidos por todas las habitaciones disponibles del hotel. Este indicador se calcula a partir del total de ingresos recibidos por venta en habitaciones sobre el total de habitaciones disponibles. A continuación, en la tabla 1 se presentarán la aproximación de ingresos anuales de establecimientos extranjeros.

Tabla 1. Estimación de ingresos anuales de los establecimientos extranjeros de alojamiento.

PRESTADORES EXTRANJEROS DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO								
CATEGORIA	NOMBRE HOTEL/HOSTAL	N° HABITACIONES	N° HAB.DISP. AÑO	N° HAB.OCUP. PROM.	PROMEDIO ANUAL	ADR PROMEDIO	REVPAR PROMEDIO	INGRESOS ANUALES
MEDIA	Casa de Nelly	10	3650	1825	50%	$ 57.500	$ 28.750	$ 104.937.500
	Casa Francois	10	3650	2920	80%	$ 51.250	$ 41.000	$ 149.650.000
ALTA	Monasterio	15	5475	4106	75%	$ 187.500	$ 140.625	$ 769.921.875
	Masaya Hostels	28	10220	5621	55%	$ 102.500	$ 56.375	$ 576.152.500
	TOTALES Y PROMEDIOS	63	22995	14472	63%	$ 110.602	$ 69.609	$ 1.600.661.875

Nota: Elaboración propia, basada en la información brindada por los prestadores extranjeros.

De la anterior tabla, acerca de los indicadores hoteleros de los prestadores extranjeros de servicios de alojamiento, se puede observar que se tomaron en cuenta dos hoteles de categoría media y dos hoteles de categoría alta, como anteriormente se había mencionado. El total de habitaciones instaladas o construidas son 63, es decir, que si este número se multiplica por 365 días que tiene el año, nos arroja el total de habitaciones disponibles, o sea, 22.995 habitaciones disponibles al año (N° HAB.DISP. AÑO).En cuanto a las habitaciones ocupadas, las cuales se calculan a partir de la ocupación promedio de los establecimientos y posteriormente multiplicando este porcentaje, 63%, con las habitaciones disponibles al año, estas arrojaron un total de 14.472 habitaciones ocupadas al año.

Por otro lado, en cuanto a la tarifa promedio (ADR) de los hoteles extranjeros esta arrojó un resultado de $110.602; destacando en categoría media el Hotel Casa de Nelly, y en categoría alta, el Hotel Monasterio, como se observa en la tabla anterior. Por otra parte, los ingresos recibidos medios por cada habitación disponible (REVPAR) son de $69.609 para los hoteles extranjeros. Es decir que, por cada habitación del hotel, así no estén todas ocupadas, se va a recibir por cada una un promedio de $69.609 pesos. Los dos hoteles que

destacan en mayores ingresos recibidos por cada habitación disponible (REVPAR) es el hotel Casa François y el Hotel Monasterio. Y, finalmente, los ingresos recibidos anualmente en promedio por los prestadores extranjeros de servicios de alojamiento son de $1.600.661.875 pesos en total.

A continuación, en la tabla 2, se presentarán la aproximación de los ingresos anuales de los establecimientos locales que se tuvieron en cuenta para el ejercicio.

Tabla 2. Estimación de ingresos anuales de los establecimientos locales de alojamiento.

PRESTADORES LOCALES DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO								
CATEGORIA	NOMBRE HOTEL/HOSTAL	N° HABITACIONES	N° HAB.DISP. AÑO	N° HAB.OCUP. PROM.	OCC% PROMEDIO ANUAL	ADR PROMEDIO	REVPAR PROMEDIO	INGRESOS ANUALES
MEDIA	Anacaona	20	7300	4745	65%	$ 75.000	$ 48.750	$ 355.875.000
	Huaka-yo	12	4380	2913	67%	$ 64.375	$ 42.809	$ 187.505.063
ALTA	akawanka	41	14965	8979	60%	$ 240.000	$ 144.000	$ 2.154.960.000
	Yalconia	38	13870	9709	70%	$ 170.000	$ 119.000	$ 1.650.530.000
	TOTALES Y PROMEDIOS	111	40515	26346	65%	$ 165.069	$ 107.340	$ 4.348.870.063

Nota: Elaboración propia, basada en la información brindada por los prestadores locales.

El total de habitaciones instaladas en los hoteles locales es 111, es decir que, al comparar con las habitaciones instaladas de los establecimientos extranjeros, los hoteles locales cuentan con 48 habitaciones instaladas de más en total. Por tanto, si extrapolamos el dato anterior a los 365 días del año da un resultado de 40.515 habitaciones disponibles al año; es decir, 17.520 habitaciones más que los extranjeros, lo que permite a los prestadores locales generar una ventaja de entrada en cuanto a oferta de habitaciones. Las habitaciones ocupadas en promedio al año son 26.346 en total, es decir, una ocupación promedio de 65%, dos puntos porcentuales por encima de los prestadores extranjeros. La tarifa promedio

(ADR) de los establecimientos locales es de $165.069 pesos, $54.467 pesos mayor a la que brindan los prestadores extranjeros. Los ingresos recibidos en promedio por cada habitación disponible por parte de los prestadores locales (REVPAR) es de $107.340 pesos, $37.731 pesos por encima que la de los prestadores extranjeros. Finalmente, los prestadores locales reciben un promedio de ingresos anuales de $4.348.870.063 pesos totales.

Adicionalmente, los locales llevan ventaja en relación con los indicadores ADR y REVPAR, ya que en el primero los locales alcanzan una variación relativa de 49,2% frente a sus competidores extranjeros; en el segundo, los prestadores locales alcanzan una variación del 54,2% frente a sus competidores extranjeros. De los resultados encontrados, se podría concluir que no son los prestadores extranjeros de servicios de alojamiento quiénes se llevan la mayor parte del mercado, pues los prestadores locales cuentan con ventajas gracias a la generación de una capacidad instalada (habitaciones construidas) mayor que sus competidores extranjeros. Por tanto, aunque sus competidores extranjeros cuenten con ventajas en diseño arquitectónico como Masaya Hostels o el Hotel Monasterio, los prestadores locales al contar con más habitaciones para ofrecer al consumidor, obtienen mayores ingresos del mercado.

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE LA OPINIÓN DE LOS PRESTADORES LOCALES FRENTE A LOS COMPETIDORES EXTRANJEROS DEL MUNICIPIO.

3.1 Opinión de los prestadores de servicios de alojamiento locales frente a sus competidores extranjeros.

Tres de los administradores de establecimientos de alojamiento locales, Akawanka Lodge, Huaka-yo y Anacaona, afirmaron que la competencia extranjera es buena, debido a que estos ayudan a exigirse como hotel local y los obliga a mejorar sus servicios constantemente. El administrador del Hotel Huaka-yo, Edward Muñoz, un hotel constituido hace 11 años en el destino, afirmó que "entre más hoteles haya mejor" puesto a que la demanda ha incrementado en los últimos años (E. Muñoz, comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3).

Por otro lado, Cardoso (Comunicación personal, julio del 2018) administradora de uno de los hoteles más antiguos de San Agustín, Hotel Yalconia, afirmó con respecto a la competencia extranjera, que estos establecimientos no afectan al hotel Yalconia, ya que éste maneja un formato diferente al de los competidores extranjeros; por tanto, al establecimiento le es indiferente y no le afecta la presencia de los hoteles extranjeros (ver anexo 3).

Como se evidenció anteriormente, para algunos de los hoteles locales, entre mayor competencia exista mejor; o para otros, estos competidores les son indiferentes. Al tener en cuenta estas opiniones, se podría afirmar que, para estos prestadores locales

establecimientos extranjeros son un competidor que motiva a mejorar en el servicio prestado.

Adicionalmente, es importante resaltar en este punto que los prestadores locales evalúen sus capacidades, no sólo en la prestación de un buen servicio al cliente, ya que el sector hotelero consta también de otros factores importantes, como, por ejemplo, la distribución online, la cual es un reto en la industria hotelera. Según lo encontrado en el trabajo de campo, los hoteles locales disminuyen las temporadas bajas del destino, gracias a sus alianzas con diferentes agencias de viajes nacionales que solicitan sus servicios para grupos de expediciones estudiantiles en esas temporadas como lo afirmó López, administrador del Hotel Valladollyd, (Comunicación personal, julio del 2018). Y por otra parte, se evidenció que los hoteles extranjeros cuentan con ventajas competitivas al tener canales de distribución como las OTA's (On line Travel Agencies): Expedia y Hostel World (ver anexo 2).

De lo anterior, se podría pensar que mientras los prestadores locales buscan desestacionalizar las temporadas bajas vendiendo a grupos y expediciones, los prestadores extranjeros no tienen proyectado vender a estos segmentos, especialmente al de expediciones, dado que no hay mucho interés en este tipo de segmentos. Adicionalmente, de las entrevistas realizadas a los prestadores extranjeros, se percibe que en las temporadas bajas del municipio no les suscitan gran preocupación, ya que algunos de ellos cuentan con una ocupación superior al 50% en esos momentos de menor operación del año (ver anexo 2). Por ejemplo, la administradora del hotel Casa François afirmó que en temporada baja su ocupación llega al 60% (L. Galeano, comunicación personal, julio del 2018). Al comparar lo anterior con los prestadores locales, estos alcanzan una ocupación en temporada baja

entre 25% y 40% (ver anexo 3). A excepción de Masaya Hostel, al coincidir con ocupaciones relativamente bajas en estas temporadas, según lo afirmó Poupard (comunicación personal, septiembre del 2018), gerente de Masaya Hostels. Según lo encontrado en el trabajo de campo, los locales y extranjeros se ven relativamente afectados por las temporadas bajas; pero los locales pretenden usar alternativas para disminuir el impacto de las temporadas bajas que se presentan en el destino, por medio de la prestación de sus servicios a expediciones de diferentes agencias nacionales.

Mientras que, otros hoteles locales opinaron diferente con respecto a sus competidores extranjeros. Valdés, administradora y dueña del establecimiento temático Hotel Casa Tarzán, constituido hace cuatro años, afirmó que los problemas de la presencia de extranjeros en el sector son "las grandes cadenas que no dejan salir al turista" ya que estos ofrecen todo empaquetado (comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3). Para Valdés, aunque la competencia ayuda a ser mejor, afirma que el turismo debería ser una cadena de beneficio mutuo, un movimiento más equitativo, donde la comunidad receptora se beneficie. Ya que según Valdés (comunicación personal, julio del 2018), "a veces los turistas entran y no nos damos cuenta cuando entraron y cuando salieron". De su parte, Oscar López, el cual lleva operando treinta años en el municipio con el Hotel Valaldollyd, concuerda con la administradora del hotel Casa Tarzán. Según López (Comunicación personal, julio del 2018), existe una preocupación en cuanto a la instalación de cadenas hoteleras, pues afirma que estos prestadores pueden poner las tarifas que ellos quieran en las temporadas que deseen (ver anexo 3). También, afirma que estas grandes empresas pueden tenerlo todo incluido; y, por tanto, la economía en el municipio no se dinamiza, al quedarse todos los ingresos de los turistas dentro de estas grandes empresas,

dejando de lado el beneficio local. Otro de los aportes de López, es que “los colombianos deberíamos ser dueños de las tierras y de los hoteles del lugar, y no que los extranjeros lleguen y se adueñen de los territorios; y aparte de eso, que no compren los productos locales o no se tenga en cuenta el beneficio de la comunidad” (Comunicación personal, julio del 2018).

Con respecto a lo dicho anteriormente, aunque la IED sea un medio para la generación y acumulación de capital, que contribuye al crecimiento en mayor proporción que la que produce la inversión interna; convirtiéndola en una fuente invaluable de expansión de la capacidad productiva de las economías receptoras, por medio del *know-how* que transmiten desde sus países de origen (Ríos, 2014, p.12). Es importante, que se realicen seguimientos y evaluaciones sobre el movimiento y operación que generan los prestadores extranjeros y locales en la economía del municipio, con el fin de que los prestadores locales puedan identificar el impacto de sus competidores extranjeros y tomar medidas necesarias si consideran necesario, y exista un desarrollo económico equitativo y colaborador.

En suma y de acuerdo al Enfoque de Desarrollo Económico Local, la inversión de recursos financieros en un territorio no es suficiente por sí sola para el desarrollo económico, ya que estas podrían ser de carácter improductivo o especulativo, y sin asegurar la productividad real de estos recursos invertidos. De aquí, la importancia de identificar y medir el impacto de los recursos que se invierten en los territorios colombianos, sobre todo de economías pequeñas como el destino analizado.

Aunque ya se demostró anteriormente que los ingresos de los prestadores locales son mayores a los de sus competidores extranjeros por un motivo de capacidad instalada mayor (en cuanto a número de habitaciones), es importante analizar y tener en cuenta las preocupaciones de los locales cuando hablan de las ventajas que tienen los extranjeros como lo es la fijación de tarifas en cualquier temporada. Teniendo en cuenta que, según el Paradigma Ecléctico propuesto por Duning (1980), uno de los tres factores para la formación de inversión extranjera, es la ventaja de posesión, de acuerdo a este enfoque y a lo comentado por algunos de los prestadores locales, los establecimientos extranjeros tienen la capacidad para desarrollar derechos de propiedad o activos intangibles (estructura de la empresa, equipo humano, capacidad organizativa, *know –how* y entre otras) que ellos no poseen (Cladiu, s.f., p.15).

Dicho de otra manera, según lo evidenciado en el trabajo de campo, para algunos prestadores locales si se llega a establecer más cadenas hoteleras en el municipio, estas ya entrarían con una ventaja de posesión de activos intangibles gracias a su know-how, término utilizado para referirse a la información y experiencia que las empresas poseen y que les otorga una ventaja con respecto a las demás compañías del mercado (“Know-how”, s.f., párr.1).Por tanto, según lo encontrado en el trabajo de campo, las cadenas hoteleras extranjeras tienen ventaja competitiva frente a los hoteles locales gracias a sus habilidades y a la experiencia desarrollada en el sector.

La ventaja competitiva de una empresa, es aquel atributo que posee un producto o una marca y que les otorga cierta superioridad frente a sus demás competidores (Sanz, s.f., párr.1). Al tener en cuenta el caso del municipio de San Agustín, si la instalación de cadenas hoteleras incrementa a medida del tiempo, estos establecimientos entrarían con una

marca identificada en el mercado turístico, a diferencia de un hotel nuevo en el destino que entre a competir en el sector. Por tanto, aunque apenas se ha identificado el asentamiento de una cadena hotelera (Masaya Hostel) en el municipio, es importante vigilar los intereses de estas empresas grandes sean extranjeras o nacionales, con el fin de que exista siempre un desarrollo económico en beneficio de la comunidad y que los prestadores locales puedan estar seguros del desarrollo de una competencia leal en el sector.

Sin embargo, y a pesar de las preocupaciones de algunos prestadores locales, el destino cuenta con una ventaja comparativa en el mercado turístico frente a otros destinos colombianos, ya que además de su declaratoria por la UNESCO y teniendo en cuenta el concepto de David Ricardo (1965) sobre la ventaja comparativa, los factores naturales como la situación geográfica, el clima y la presencia de atractivos naturales y culturales, aquellas ventajas naturales que le son propios al municipio, permiten que todos los prestadores de este, puedan aprovechar turísticamente el destino y obtener un desarrollo económico (Lizcano, 2013, pág.273).

Igualmente, de acuerdo a Dunning (1980), la ventaja de posesión de activos intangibles, es una de las ventajas competitivas que las empresas deben poseer a la hora de decidir su internacionalización, algunos de estos activos intangibles es la diferenciación y tamaño (Cruz, 2015, párr. 3).El Hotel Monasterio y Masaya Hostel, de acuerdo a lo evidenciado en el trabajo de campo, poseen en su diseño y arquitectura ventajas competitivas, ya que ningún otro hotel en el municipio cuenta con las mismas o similares características. De este modo, en cuanto a tamaño, Masaya Hostel es el único establecimiento del municipio que cuenta con otras sedes en diferentes ciudades del país, y desde antes de haberse construido el establecimiento en el destino. Por tanto, su marca y

reconocimiento ya están posicionados a la hora de decidir instalar otro establecimiento en otro lugar.

En suma, la ventaja de internacionalización propuesta por Dunning (1980), cuenta dentro de sus características con la reducción de costos por medio de las ventajas de propiedad, reforzar los derechos de propiedad (Know-how), proteger la calidad del producto o con aspectos gubernamentales, como por ejemplo la exención de impuestos (Cruz, 2015, párr.6). Es decir que, aunque algunos de estos prestadores se hayan interesado en emprender un establecimiento turístico por cuestiones de amenidad, las ventajas que ofrece el Gobierno Nacional seguirán impulsando a que los nuevos establecimientos hoteleros obtengan reducciones de costos como en el pago de impuestos, lo cual se traduce directamente a mayores utilidades y a una motivación a la inversión.

Con lo anterior, se podría pronosticar que el asentamiento de establecimientos extranjeros, en este caso, está asociada a la explotación de la ventaja de posesión, y aunque esta pueda acrecentar la productividad del municipio receptor, y en el sector, esta podría destruir economías locales con niveles relativamente altos de competitividad por medio del Know-how. Y, además, según las afirmaciones de prestadores locales, estas industrias hoteleras extranjeras podrían probablemente estar destruyendo el efecto multiplicador del turismo que dinamiza la economía del municipio.

Puesto que en el destino no hay ningún estudio hasta el momento que demuestre un crecimiento económico gracias a la IED en el sector hotelero. Existe un estudio del impacto que generó esta inversión extranjera en la ciudad de Bogotá y de cómo esta colaboró para que Bogotá fortaleciera su competitividad como destino turístico en las redes

internacionales de turismo. Este estudio arrojó, que gracias al aumento de la oferta de habitaciones generadas por las marcas internacionales que se construyeron entre el año 2006 hasta el año 2012, la afluencia de turistas extranjeros aumentó considerablemente en la ciudad, dando como resultado un vínculo positivo entre la IED y la dinámica turística de la ciudad (Ríos, 2014, p.40).

También, según Ríos (2014, p.44), la llegada de marcas hoteleras internacionales a Bogotá benefició la imagen del país en el exterior y colaboró al desarrollo de los demás sectores de la economía gracias al efecto multiplicador del turismo. Asimismo, afirmó que la IED ha sido un factor de promoción del crecimiento del turismo en Bogotá debido a mejoras en infraestructura hotelera, dejando como resultado un impacto positivo sobre el crecimiento económico de Bogotá (Ríos, 2014, p.44).

De lo anterior, se puede evidenciar que, según estudios previos, se podría afirmar que la inversión extranjera en el sector hotelero contribuye al crecimiento económico de un municipio. Lo anterior, pudo presentarse debido a que Bogotá, al estar mucho más desarrollada en cuanto a infraestructura vial y aeroportuaria; y al ser un destino turístico enfocado principalmente en el turismo de negocios, el desarrollo de establecimientos hoteleros contribuye a convertir a la ciudad de Bogotá en un destino atractivo para la inversión y generación de riqueza.

Por tanto, es importante que se realicen este tipo de estudios sobre el impacto de la IED, tanto en ciudades como en municipios pequeños, con el fin de identificar si las acciones del gobierno nacional colaboran a generar mayor productividad en todos los

destinos, o si las decisiones de invertir por factores de amenidad como es el principalmente en San Agustín podrían llegar a una sobreoferta y saturación del mercado en el sector.

CAPÍTULO 4. A MODO DE CONCLUSIÓN: DETERMINACIÓN DE LOS EFECTOS QUE GENERA LA PRESENCIA DE INMIGRANTES EXTRANJEROS PRESTADORES DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

La inversión extranjera es una fuente de crecimiento económico para el Producto Interno Bruto (PIB) del País, especialmente para Colombia al tener los Tratados de Libre Comercio (TLC) dentro de su economía. Además, Colombia hace parte de los países miembros del Acuerdo General de Servicios (ACGS) creado por la Organización Mundial de Comercio [OMC], con el fin de eliminar las barreras de acceso al mercado y medidas discriminatorias que no permitían a un proveedor de servicios expandirse en otros países (Cárdenas, 2014, párr.2). Sin embargo, debido a que las obligaciones de los países miembros no fueron muy alentadoras y que en varias ocasiones se renegociaron los compromisos suscritos, la OMC decidió introducir cambios en el régimen del comercio internacional. Lo anterior, debido a que hoy día el sector servicios hace parte del 70% del PIB mundial y es el mayor generador de empleos. Concluyentemente se creó el Nuevo Acuerdo Internacional de Servicios (TISA) (Cárdenas, 2014, párr.4).

El TISA tiene como fin abordar los obstáculos principales que afectan el comercio de los servicios en el mundo como, por ejemplo, la competencia desleal entre empresas estatales, la falta de transparencia, la necesidad del debido proceso legal y la discriminación (Cárdenas, 2014, párr.8). De lo anterior, se podría pronosticar que, por medio de este acuerdo, Colombia dejaría a un lado todas las barreras de entrada con el fin de que el comercio de servicios se internacionalice, lo cual se traduce a mayores inversiones en el

sector y posiblemente, a un menor control de los impactos que la inversión foránea produce en los territorios del país.

Como se evidenció, a partir del desarrollo del primer capítulo de la investigación, por varios años la economía en Colombia tenía una fuerte dependencia por el sector petrolero y minero; y que el sector servicios tuvo aumentos y decrementos entre los años 2008 y el 2018.Pero con el TISA, esta situación de dependencia ha empezado a cambiar desde el año 2015, según los informes de IED de ProColombia, y posiblemente en los próximos años este sector sea quien dirija la dinámica económica del país. También, se pudo evidenciar, por medio de los informes de ProColombia que, gracias a los incentivos del gobierno nacional a la inversión del sector hotelero, la inversión en este sector se evidenció principalmente por marcas hoteleras internacionales en ciudades principales, pero que en el momento sigue sin identificarse una afluencia de estas marcas en municipios pequeños. Por lo anterior, Colombia obtuvo un gran reconocimiento internacional a la inversión y a los Acuerdos de Paz, que ayudaron a mejorar la imagen del país en el exterior.

En adición, de acuerdo a lo anterior y a la investigación realizada, se evidenció que entre los años 2016 y 2018 la economía del país ya no sólo dependía del sector minero, sino de otros sectores diferentes a este, lo cual ha dinamizado la economía nacional y le ha permitido al país disminuir su dependencia en el sector petrolero y minero, que como se mencionó anteriormente en el primer capítulo, en el año 2014 el sector petrolero y minero participaba en el 82% del total de la IED. En suma, en cuanto al departamento del Huila, las unidades productivas creadas han aumentado considerablemente en el año 2017 y 2018; asimismo, las unidades creadas en el sector servicios del departamento. Sin embargo, lo más específico que se encontró en cuanto a inversión de establecimientos en el

departamento, fue por ubicación geográfica, identificando 999 unidades productivas nuevas en el sur del departamento, es decir lo que compete principalmente a los municipios de Isnos, Acevedo, Sabadoblanco, Pitalito y San Agustín.

Por tanto, al no informes más específicos que permitieran conocer a partir de los informes de IED, conocer la inversión foránea en municipios pequeños y turísticos como San Agustín; y de este modo, identificar el impacto de la IED en una economía local pequeña como la del destino analizado; fue necesario recurrir a esta investigación y al trabajo de campo, a partir del cual se pudo evidenciar que en el destino hay una sobreoferta de infraestructura hotelera, como bien lo expresaron la mayoría de los entrevistados; es decir, es una oferta principalmente en número de habitaciones. Adicionalmente, según los prestadores entrevistados y de acuerdo a la información que brindó el punto de información turística (ver anexo 4), la inversión tanto local como extranjera en el sector hotelero se ha disparado considerablemente; y se tiene una perspectiva alta en el futuro del municipio gracias a su potencial turístico como destino histórico, cultural, natural y tranquilo, según afirmaron los prestadores entrevistados.

En suma, se evidenció por medio de estudios externos del destino que fueron tenidos en cuenta en el desarrollo de los capítulos anteriores, y por medio del trabajo de campo, que San Agustín es un destino aprovechable turísticamente, aunque los actores públicos del municipio aún no vean su viabilidad y aprovechamiento económico para el crecimiento de la economía local. Y, por ende, el desarrollo local se dé de forma independiente, debido a las escasas alianzas entre actores públicos y privados para la creación de estrategias que conduzcan a un mejoramiento de la prestación de los servicios,

la adecuación en infraestructura y la importancia del cumplimiento de los registros obligatorios en la actividad turística.

En cuanto a los indicadores hoteleros encontrados tanto en prestadores extranjeros como locales, se logró evidenciar que aunque uno de los prestadores extranjeros tengan ventajas competitivas como el know-how y reconocimiento de marca en el mercado, características arquitectónicas diferentes enfocadas en lo religioso, tradicional, ancestral y cultural de San Agustín, como lo afirmaron algunos prestadores extranjeros (ver anexo 2). Los prestadores locales tienen ventaja gracias a su mayor capacidad instalada (mayor número de habitaciones), y al enfoque de segmentos diferentes como las excursiones de estudiantes, en temporadas bajas.

Sin embargo, según lo evidenciado en el trabajo de campo, existe una evidente preocupación por parte de algunos prestadores locales de servicios de alojamiento, debido a que temen que estos prestadores extranjeros se apropien poco a poco del mercado turístico; ya que, según algunos prestadores locales entrevistados, estos no dejan salir al turista al ofrecer todo empaquetado; y, por tanto, no permiten que el turismo realice su efecto multiplicador en la economía local. Por esta razón, de acuerdo a lo evidenciado en las visitas al municipio y afirmado por algunos prestadores locales (ver anexo 3), existe preocupación por algunos prestadores locales, debido a que la cadena hotelera como la que se encuentra actualmente, Masaya Hostel, tienen ventajas competitivas en cuanto a sus activos intangibles, lo cual les permite a estos grandes establecimientos, fijar tarifas en cualquier temporada, según lo afirmado por uno de los prestadores locales.

Sin embargo, se evidencia que no para todos los prestadores locales estos migrantes extranjeros sean una amenaza, ya que algunos afirman que “entre mayor competencia exista, mejor” o les son indiferentes por tener un nicho de mercado diferente al que ofrecen (ver anexo 3). Estos prestadores opinaron, en términos generales, que la competencia ayuda a ser mejor en la prestación del servicio. Adicionalmente, de estos prestadores que calificaron la presencia de migrantes extranjeros como beneficiosa, existe una leve preocupación, pues según Lebaza (comunicación personal, julio del 2018), afirma que podría existir preocupación en cuanto a Masaya Hostels, debido a que ofertan sus servicios a varios segmentos, al mochilero y al de lujo (ver anexo 3).

En cuanto al motivo de migración extranjera, según los hallazgos realizados en el trabajo de campo, ninguno de los prestadores extranjeros consultados afirmó haber establecido su hotel en el municipio debido a incentivos como la exención de impuestos de renta. Así las cosas, se concluyeron dos motivos principales de migración por parte de aquellos que prestan servicios de alojamiento actualmente. En primer lugar, aquellos que se encontraron impulsados principalmente por motivos de oportunidad al identificar el potencial turístico del destino el cuales les generó altas expectativas de desarrollo en el futuro. En segundo lugar, aducen la migración de amenidad, caracterizada no sólo por los comentarios de estos prestadores de servicios de alojamiento, sino también por residentes extranjeros que se dedican a otro tipo de actividades principalmente turísticas, según estudios previos consultados.

Aunque durante las entrevistas los prestadores extranjeros no mencionaron o afirmaron ser beneficiarios del incentivo tributario del Gobierno Nacional para el sector hotelero, durante el trabajo de campo se constató que, por el año de constitución de estos

establecimientos (2003-2017), se encuentran actualmente exentos al impuesto de renta durante los próximos 30 años. Lo anterior, pudo haber sucedió por la precaución que los prestadores extranjeros entrevistados quisieron guardar al momento de ser preguntados.

Por otra parte, migrantes extranjeros como Heymann y Malderen, afirmaron residir en el destino desde hace más de 15 años (ver anexo 3), los cuales fueron motivados principalmente por la tranquilidad, naturaleza y comodidad del destino. Adicionalmente, gracias a estudios previos, se identificó que existen migraciones de amenidad en el destino por parte de extranjeros que tienen conocimientos relativamente desarrollados en ecología, según Ospina y Chaparro (2019, p.177).

Aunque se demostró, gracias a estudios previos, que cuantitativamente este tipo de migración es relativamente insignificante, se ha afirmado por investigadores que han desarrollado estos estudios de migración, que las “migraciones de estilos de vida” (Sánchez, 2014, citado por Ospina & Chaparro, 2019, p.172) pueden provocar “procesos de urbanización, incrementos en el costo de vida, segregación, y marginalización residencial, aumentos en el consumo de agua y energía, cambios en los usos del suelo, perdida de áreas de cultivo y bosques, fragmentación o reducción de espacios abiertos”, lo cual podría generar tensiones entre migrantes y locales (Ospina & Sanchéz, 2019, p.172).Por tanto, a medida que crezca esta migración, la calidad de vida de la mayoría de los locales podría probablemente verse afectada.

Adicionalmente, es necesario que se realicen mediciones de los beneficios que generan estos migrantes extranjeros prestadores de servicios de alojamiento en cuanto al valor agregado neto que genera la inversión extranjera en el destino. Aunque estos

migrantes extranjeros han afirmado favorecer la economía local por medio del empleo a locales, a excepción del Hotel Monasterio, al afirmar que se veían implicados en traer gente de afuera por la escasa mano de obra profesional y cualificada (Ver anexo 2). Es importante identificar si la proporción de estos beneficios generados en el destino, sería mayor a la proporción del valor agregado neto que generan estos establecimientos extranjeros; en el sentido en que la inversión extranjera puede permitir la "fuga" del valor agregado que se genera en el país, lograda por la inversión en el territorio nacional.

Por tanto, aunque la inversión extranjera directa en el sector hotelero ha demostrado el crecimiento económico de municipios como Bogotá, que fortalece el Producto Interno Bruto (PIB) del país; y adicionalmente, un reconocimiento internacional debido a la instalación de cadenas hoteleras internacionales. En municipios pequeños como el municipio de San Agustín, esta podría considerarse beneficiosa hasta cierto punto, debido a que no se tienen estadísticas o estudios previos de los beneficios netos que estos establecimientos generan en su actividad, y que sean invertidos en el territorio en el que instalan su inversión.

Adicionalmente, se identificó durante el trabajo de campo que el hotel Casa François y Casa de Nelly, reciben en sus establecimientos principalmente turistas extranjeros (ver anexo 2). Sin embargo, prestadores locales como el hotel local Anacaona, afirmó que el principal turista que llegaba a su hotel era el turista extranjero; y el principal turista de la Cadena Masaya en San Agustín, es el turista nacional según Poupard (comunicación personal, julio del 2018) (ver anexo 3).

De este modo, y tras verificarlo en fuentes primarias y secundarias, es importante resaltar el importante rol que las instituciones públicas y autoridades del municipio deben tener sobre control de las entradas y salidas de migrantes extranjeros en el municipio. Actualmente, no se cuenta con información precisa sobre el número de residentes extranjeros ni de las actividades productivas o profesionales que realizan, mucho menos de quiénes ostentan restaurantes o alojamientos.

En suma, según Formichella (2002, pág.26), afirma que las oportunidades que se presentan para desarrollar proyectos productivos, además de que permiten generar su propio empleo y riqueza, mejora la calidad de vida de quienes deciden emprender debido a que los empresarios se sentirán en la libertad de vivir de acuerdo a su propia cultura, cuidar el medio ambiente, de elegir como vivir mientras opera su empresa productora sea de productos o de servicios. También, afirma que quien promueve el desarrollo por medio de un negocio debe cumplir con ciertas tareas como integrar a los diferentes sectores y actores de la sociedad, coordinar información entre estos, articular necesidades, recursos, comunicación e ideas entre estos (Formichella, 2002, pág.26).

Al tener en cuenta la relación de la autora con empresarios nacientes y el impacto que deben generar estos en el destino, se hace necesario que autoridades locales del municipio se vinculen con los prestadores de servicios de alojamiento, con el fin de que exista una cooperación empresarial que colabore al desarrollo local, que permita medir el impacto que cada establecimiento está generando en la actividad turística, con el fin de contribuir al progreso del municipio.

Finalmente, el impacto en la actividad turística, asociada a la prestación de servicios de alojamiento del municipio, que generan estos migrantes extranjeros es beneficiosa en cuanto a que contribuyen a mejorar el empleo; y la economía local, según afirmaron algunos prestadores extranjeros entrevistados (ver anexo 2). Sin embargo, existe una evidente preocupación por parte de algunos prestadores locales frente a sus competidores extranjeros debido a las ventajas competitivas que estos poseen, como el know-how y reconocimiento de marca. Adicionalmente, se hace necesario el diseño de instrumentos que midan la inversión extranjera y local que se desarrolla en territorios pequeños y turísticos como el municipio de San Agustín; la creación de herramientas que midan si los valores agregados netos de inversiones extranjeras se están retribuyendo en el país, tanto a nivel nacional, como departamental y municipal. Además, documentaciones municipales que permitan conocer los principales motivos de migración, con el fin de identificar cuáles podrían ser las medidas a desarrollar por las autoridades del turismo para velar por un desarrollo económico local y evitar cualquier tipo de repercusión futura en destinos que presenten este tipo de movilidades.

Referencias

Alcaldía Municipal de Neiva (2017). Boletín de Turismo. Recuperado de http://www.alcaldianeiva.gov.co/Ciudadanos/EstadisObservat/TURISMO%202017.pdf

Alcaldía Municipal de Neiva. (2017). Boletín de Turismo Neiva 2017. Recuperado de http://www.alcaldianeiva.gov.co/Ciudadanos/EstadisObservat/TURISMO%202017.pdf

Asociación Nacional de Empresarios (2018). Colombia: Balance 2018 y perspectivas 2019.Recuperado de http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%20y%20Perspectivas.pdf

Albuquerque, F. (2004).Enfoque del Desarrollo Económico Local. Recuperado de https://flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area_enfoque_del_0.pdf

Barrera et al. (2013). Análisis sectorial: Sector hotelero en Colombia. Recuperado dehttps://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76530/1/analisis_sectorial_hotelero.pdf

Barbosa, D. et al (2016). Global Entrepeneurship Monitor:Reporte GEM Colombia. Recuperado de http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2015-reporte-nacional/

Banco de La República (2015).Informe de Coyuntura Económica Regional Huila 2014.Recuperado de http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/icer_huila_2014.pdf

Banco de La República (2015).Informe de Coyuntura Económica Regional Huila 2015.Recuperado de http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/icer_huila_2015.pdf

Booking.com Partner Help. (s.f.). ¿Qué es una oferta Estrella? Recuperado de https://partnerhelp.booking.com/hc/es/articles/213301625--Qu%C3%A9-es-una-Oferta-estrella-

Booking.com (s.f.). Akawanka Lodge. Recuperado de https://www.booking.com/hotel/co/akawanka-lodge.es.html

Booking.com (s.f.). Hotel Huaka-yo. Recuperado de https://www.booking.com/hotel/co/hostal-huaka-yo.es-ar.html

Booking.com (s.f.). Hotel Casa de Nelly. Recuperado de https://www.booking.com/hotel/co/casa-de-nelly.es.html

Cámara de Comercio de Neiva (2015).Informe de Coyuntura Económica Regional 2015.Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Huila2015.pdf

Cámara de Comercio de Neiva (2015).Movimiento Empresarial del Departamento del Huila 2013.Recuperado de https://www.ccneiva.org/wp-content/uploads/2015/08/movimiento_departamental_huila_2013.pdf

Cámara de Comercio de Neiva (2015).Movimiento Empresarial del Departamento del Huila 2014.Recuperado de https://www.ccneiva.org/wp-content/uploads/2015/11/Movimiento-Empresarial-Huila-2014.pdf

Cámara de Comercio de Neiva (2016).Informe de Coyuntura Económica 2016.Recuperado de https://ccneiva.org/wp-content/uploads/2017/06/Informe-de-Coyuntura-Econ%C3%B3mica-2016.pdf

Cámara de Comercio de Neiva (2017). Movimiento Empresarial Departamento del Huila 2017 - 1T.Recuperado de https://www.ccneiva.org/wp-content/uploads/2017/06/Movimiento-Empresarial-de-Sociedades-I-Trimestre-2017.pdf

Cámara de Comercio de Neiva (2018).Informe de Coyuntura Económica 2017.Recuperado de https://ccneiva.org/wp-content/uploads/2018/01/Informe-de-Coyuntura-Econ%C3%B3mica-2017.pdf

Cámara de Comercio de Neiva (2018). Dinámica empresarial del Huila 2018-1S. Recuperado de https://ccneiva.org/wp-content/uploads/2018/08/Din%C3%A1mica-empresarial-1-semestre-2018.pdf

Cámara de Comercio de Neiva (2019).Informe de Coyuntura Económica 2018.Recuperado de https://www.ccneiva.org/wp-content/uploads/2019/01/Informe-de-coyuntura-econ%C3%B3mica-2018.pdf

Cámara de Representantes (2015). Distrito Especial a San Agustín Huila. Recuperado de http://www.camara.gov.co/distrito-especial-a-san-agustin-huila

Cárdenas, M. (2014).Acuerdo Internacional de Comercio de Servicios (TiSA).Recuperado de https://colombiadigital.net/opinion/columnistas/desde-afuera/item/7887-acuerdo-internacional-de-comercio-de-servicios-tisa.html

Caracol Radio. (2014). Colombia en 2013 cifra histórica en inversión extranjera. Recuperado de http://caracol.com.co/radio/2014/01/15/economia/1389809040_055878.html

Chacón, J. (2013). La cita hotelera es en Colombia. Recuperado de https://www.elespectador.com/noticias/economia/cita-hotelera-colombia-articulo-448056

Cladiu, M. (s.f.). Factores determinantes de la inversión extranjera: un análisis para el caso de Rumania. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=pAYfAgAAQBAJ&pg=PA15&lpg=PA15&dq=ventaja+de+posesi%C3%B3n+seg%C3%BAn+dunning&source=bl&ots=5_srQUbjbQ&sig=ACfU3U0bVM4slHyZ2JzA11G8ofqiH9moAQ&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwieweDplpzhAhXM11kKHb50CFQQ6AEwBnoECAcQAQ#v=onepage&q=ventaja%20de%20posesi%C3%B3n%20seg%C3%BAn%20dunning&f=false

Centro de Información Turístico de Colombia (2019).Visitantes extranjeros no residentes por modo aéreo, terrestre y marítimo. Recuperado de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros/all/4

Concejo Municipal de San Agustín (2016). Acuerdo No. 010: “San Agustín para todos 2016-2019”. Recuperado de https://sanagustinhuila.micolombiadigital.gov.co/sites/sanagustinhuila/content/files/000066/3280_acuerdo-010-de-2016-por-el-cual-se-adopta-el-plan-de-desarrollo-municipal-san-agustin-para-todos-20162019compressed.pdf

Congreso de Colombia (2016). Ley 1819 de 2016.Recuperado de https://gydconsulting.com/userfiles/Ley-1819-29-dic-16-Reforma-Tributaria-Diario-Oficial-50101.pdf

Congreso de Colombia (2006). Ley 1014 de 2006: De fomento a la cultura del emprendimiento. Recuperado de http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1672727

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2015). La inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38214/9/S1500535_es.pdf

Cruz, D. (2015). Paradigma Ecléctico-Jhon Dunning. Recuperado de http://administracioninternacionl.blogspot.com/2015/09/paradigma-eclectico-john-dunning.html

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (s.f.).Proyecciones municipios 2005-2020.Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/.../ProyeccionMunicipios2005_2020.xls

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2008).Informe de Coyuntura Económica Regional del Departamento del Huila. Recuperado de http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/2008_2_15.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2009).Informe de Coyuntura Económica Regional del Departamento del Huila. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2009/huila_icer_II_sem_09.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2010).Informe de Coyuntura Económica Regional del Departamento del Huila. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2010/huila_icer__10.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2011).Informe de Coyuntura Económica Regional del Departamento del Huila. Recuperado de

https://www.dane.gov.co/files/icer/2011/huila_icer__11.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2012).Informe de Coyuntura Económica Regional del Departamento del Huila. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2012/huila_icer__12.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2013).Informe de Coyuntura Económica Regional del Departamento del Huila. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2013/ICER_HUILA__13.pdf

Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf

Dinero. (2012). Inversión Extranjera Directa en Colombia creció 92% en 2011.Recuperado de https://www.dinero.com/economia/articulo/inversion-extranjera-directa-colombia-crecio-92-2011/147850

Dinero. (2018). Colombia recupera rápidamente su inversión extranjera directa. Recuperado de https://www.dinero.com/pais/articulo/colombia-recupera-su-inversion-extranjera-directa-en-2018/262358

Economía (s.f.). Know-how. Recuperado de http://www.economia.ws/know-how.php

El Espectador (2018). Colombia rompe récord con 6,5 millones de turistas extranjeros en 2017. Recuperado de https://www.elespectador.com/economia/colombia-rompe-record-con-65-millones-de-turistas-extranjeros-en-2017-articulo-738272

El Nuevo Siglo. (2017). Se reacomoda la inversión extranjera. Recuperado de https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/01-2017-se-reacomoda-inversion-extranjera-en-colombia

El Tiempo (2019). Inversión extranjera en Colombia cayó 20,4% en el 2018.Recuperado de https://www.eltiempo.com/economia/la-inversion-extranjera-en-colombia-en-2018-333012

El Tiempo. (2018). Inversión extranjera, US$3.405 millones más de lo previsto. Recuperado de: https://www.eltiempo.com/economia/sectores/inversion-extranjera-en-colombia-en-2017-188842

El Tiempo. (2019). 2.500 hoteles no pagarán más impuestos del 9% según la Corte. Recuperado de https://www.eltiempo.com/vida/viajar/hoteles-no-pagaran-mas-impuesto-de-renta-376888

Expansión (2015).Precio por petróleo OPEP por barril. Recuperado de https://datosmacro.expansion.com/materias-primas/opec?dr=2015-12

Forero, G. (2015). Desde ley para hoteleros, la inversión extranjera en el sector turístico crece a 95%. Recuperado de https://www.larepublica.co/archivo/desde-ley-para-hoteleros-la-inversion-extranjera-en-el-sector-turistico-crece-a-95-2228826

García, D. (s.f.).Técnicas de recolección de información. Recuperado de http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm

Gaitán, J. (2013). Incidencia de las economías de aglomeración en los sectores reales localizados en el área urbana de Bogotá. Banco de la República. Recuperado de http://www.banrep.gov.co/es/espe70-4

Gobernación del Departamento del Huila & Universidad del Rosario. (2015). Cuenta Regresiva hacia los Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015: Municipio de San Agustín. Recuperado de: http://huila.gov.co/images/stories/odm/SAN%20AGUSTIN.pdf

Gobernación del Huila. (10 de octubre del 2017). Economía. Recuperado de: https://www.huila.gov.co/publicaciones/148/economia/

Gobernación del Huila. (2013). El Huila, en mente de grandes inversionistas. Recuperado de https://www.huila.gov.co/publicaciones/564/el-huila-en-la-mente-de-grandes-inversionistas-extranjeros---68861/

Gómez, J. (2010). La migración internacional: teorías y enfoques, una mirada actual. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165014341004

González, J. (2018). Colombia ocupa el puesto 97 en conectividad de carreteras según el Foro Económico Mundial. Recuperado de https://www.larepublica.co/especiales/especial-infraestructura/colombia-ocupa-el-puesto-97-en-conectividad-de-carreteras-segun-el-foro-economico-mundial-2795752

González, R. (2011). Los procesos de migración de amenidad y la competitividad de destino turísticos de montaña del Oeste Canadiense y de la Norpatagonia Argentina. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000500008

Gonzalez, R; Otero, A; Marioni, S; & Nakayama, L. (2009). Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: problemáticas y contradicciones en el desarrollo de los centros turísticos de montaña. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022009000300004&script=sci_arttext

HRS (s.f.). Hotel Monasterio San Agustín. Recuperado de https://www.hrs.com/es/hotel/hotel-monasterio-san-agustin/a-939898

Hacienda Anacaona (s.f.). El Hostal. Recuperado de http://www.anacaona-colombia.com/anacaonaCO/HotelCO.html

Huamán, H. (2005). Manual de Técnicas de Investigación: conceptos y aplicaciones. Recuperado de https://es.slideshare.net/HctorGuillermoHuamnV/manual-de-tecnicas-de-investigacion-conceptos-y-aplicaciones

Idárraga, J. & Foronda, J. (2015). Inversión extranjera en Colombia disminuyó en 2014.Recuperado de http://delaurbe.udea.edu.co/2015/04/06/inversion-extranjera-en-colombia-disminuyo-en-2014/

La República. (2015). Desde ley para hoteleros, la inversión extranjera en el sector turístico crece 95%. Recuperado de https://www.larepublica.co/archivo/desde-ley-para-hoteleros-la-inversion-extranjera-en-el-sector-turistico-crece-a-95-2228826

Larraíza, L. (s.f.).Qué es una hotelera. Recuperado de https://leirelarraiza.com/operativa/que-es-una-cadena-hotelera/

La Casa de François (s.f.). Alojamiento Casa François. Recuperado de https://www.lacasadefrancois.com/es/

La Nación (9 de febrero de 2012). Departamento tendrá agencia de inversión. Recuperado de http://www.lanacion.com.co/2012/02/09/departamento-tendra-agencia-de-inversion/

Laboyanos.com (2018). 1618 huecos hay en la vía Pitalito-San Agustín. Recuperado de http://www.laboyanos.com/2018/05/1618-huecos-hay-en-la-via-pitalito-san.html

Lizcano, J. (2013). Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. Revista Lebret (5). Recuperado de http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/viewFile/833/647

Mayo, L. (2011). Migraciones internacionales. Recuperado de https://www.ucsf.edu.ar/wp-content/uploads/2015/11/Las-migraciones-desde-una-perspectiva-teorica.pdf

MinCIT. (2013). Informe turismo junio 2013.Recuperado de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67979&name=TURISMO-JUNIO-2013.pdf&prefijo=file

MinCIT. (2017). El 84,8% de inversión extranjera en 2016, llegó a sectores distintos a minas y petróleo. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/38003/el_848_de_inversion_extranjera_en_2016_llego_a_sectores_distintos_a_petroleo_y_minas

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Colombia, con desempeño superior en 2009, frente al contexto internacional. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/imprimir/17244/colombia_con_desempeno_superior_en_2009_frente_al_contexto_internacional

Ministerio de Minas y Energía. (2015). Inversión Extranjera Directa en el Sector Minero. Recuperado de https://www.minminas.gov.co/documents/10180/558364/Boletin+IED+Año+2014%2C%20II+Semestre+y+IV+Trimestre+2014.pdf/67163c69

Opanoticias.com (s.f.). Positivo avance en vías terciarias en el Huila. Recuperado de https://opanoticias.com/doce-meridiano/positivo-avance-en-vias-terciarias-en-el-huila/4630

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (s.f.). Parque Arqueológico de San Agustín. Recuperado de https://whc.unesco.org/en/list/744/

Ospina Niño, J. A. y Chaparro Mendivielso, J. (2019) Migración internacional en el municipio de San Agustín: prácticas socioespaciales y construcción de territorialidades. En: Rozo, E. y Vélez Rivas, M. L. (Eds.) Debates contemporáneos sobre el turismo, tomo VI. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Otzen, T & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf

Pérez, J., & Merino, M. (2008). Método Inductivo. Recuperado de https://definicion.de/metodo-inductivo/

Polanco, J. (2015). Tesis de grado: Diagnóstico sobre el impacto del turismo en San Agustín, Huila. Popayán: Universidad del Cauca.

Portafolio. (2015). En 2015, inversión extranjera directa cayó en Colombia 26%. Recuperado de https://www.portafolio.co/internacional/2015-inversion-extranjera-directa-cayo-colombia-26-497553

Portafolio. (2018). En 2017 Colombia recibió inversión de 46 países. Recuperado de https://www.portafolio.co/economia/finanzas/en-2017-colombia-recibio-inversion-de-46-paises-51518

ProColombia (2018).Informe Gestión 2018. Recuperado de http://www.procolombia.co/sites/default/files/informe_gestion_procolombia_2018.pdf

ProColombia & Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2008). Inversión Extranjera en Colombia. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=56133&name=2008-InversionSeptiembre.pdf&prefijo=file

ProColombia (2019).Informe Gestión 2018.Recuperado de http://www.procolombia.co/sites/default/files/informe_gestion_procolombia_2018.pdf

ProColombia (2016). Incentivos para hacer negocios en turismo y sector hotelero. Recuperado de https://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Incentivos_Sector_Hotelero.pdf

ProColombia (2018). Sectores con mayor potencial para la inversión extranjera en Colombia. Recuperado de https://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/1155-sectores-con-mayor-potencial-para-inversion-extranjera-en-colombia.html

ProColombia. (2011). Recurso humano en Colombia. Recuperado de https://www.inviertaencolombia.com.co/por-que-colombia/recurso-humano.html

ProColombia. (2011). Reporte de Inversión Extranjera en Colombia. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=56122&name=2011-InversioMayo.pdf&prefijo=file

ProColombia. (s.f.). Inversión en el sector Infraestructura de Hotelería y Turismo en Colombia. Recuperado de http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios/infraestructura-hotelera-y-turismo.html

Ramón, A. (2002). Un análisis de las dimensiones del paradigma OLI en la internacionalización del sector hotelero español. Recuperado de http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/429/429

Repizo, C. (1981).San Agustín, municipio huilense. Recuperado de https://www.sogeocol.edu.co/documentos/san_agus_mun_hui.pdf

Ríos, A. (2014). La inversión extranjera directa en el sector hotelero y su impacto sobre el crecimiento económico de Bogotá. Recuperado de https://repositorio.escuelaing.edu.co/bitstream/001/171/1/R%C3%ADos%20D%C3%ADaz%2C%20Ang%C3%A9lica%20Mar%C3%ADa-2014.pdf

Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1996). Metodología de la investigación cualitativa. Recuperado de https://cesaraguilar.weebly.com/uploads/2/7/7/5/2775690/rodriguez_gil_01.pdf

Robles, F. (s.f.). Método Inductivo y Deductivo: Características y Diferencias (ejemplos). Recuperado de https://www.lifeder.com/metodo-inductivo-deductivo/

San Agustín Huila Colombia (s.f.). Hotel Yalconia. Recuperado de https://sanagustinhuilacolombia.com/hoteles/138-hotel-yalconia-san-agustin

Sanz, C. (s.f.). Ventaja competitiva. Recuperado de https://forocapitalpymes.com/ventaja-competitiva/

Sistema de Información Turístico y Cultural del Huila (2017).Boletín estadístico año 2017. Recuperado de http://turismo.huila.gov.co/storage/app/uploads/public/5ac/259/ff1/5ac259ff1bc02903135933.pdf

Sistema de Información Turístico y Cultural del Huila (2019).Boletín Estadístico Establecimientos de Alojamiento Depto. Del Huila. Recuperado de http://turismo.huila.gov.co/storage/app/uploads/public/5cd/971/eae/5cd971eae1508775815431.pdf

Torres, A. (2018). Colombia costo de mano de obra. Recuperado de https://dlca.logcluster.org/display/public/DLCA/3.3+Colombia+Costo+de+Mano+de+Obra;jsessionid=44BFC808F83B8413AE5EE87D99CE94F4

Uribe, S. & Gaitán, L. (2013). Impacto de la Inversión Extranjera Directa en el sector hotelero colombiano. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/adter/n22/n22a6.pdf

Unidad de Manejo y Análisis de la Información (UMAIC) (2008). Ejército mantiene ofensiva militar en cinco regiones del país. Agencia de noticias del Ejército. San Agustín, Huila. 19 de enero de 2008. Recuperado de https://monitor.umaic.org/violenciaarmada/reports/view/197

Ugalde, N. & Balbastre, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. Recuperado de https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730/11978

Vega, M. (2011). Economía: Municipio de San Agustín, Huila. Recuperado de http://huilaturistica.blogspot.com/2011/09/economia-municipio-san-agustin-huila.html

Vera, J; López, F; Marchena, M; Antón, S. (1997). Análisis territorial de turismo: una nueva geografía del turismo. Recuperado de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema1/Analisis_territorial.pdf

Varela, R. & Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. Recuperado de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/4078/1/modelo_conceptual_de_desarrollo_empresarial_basado_en_competencias.pdf

wotif.com (s.f.). Masaya Hostel San Agustín information. Figura. Recuperado de https://www.wotif.com/San-Agustin-Hotels-Masaya-Hostel-San-Agustin.h20392917.Hotel-Information

ANEXOS

Anexo 1.

COLOMBIA: INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL 4.0

INDICADOR	Reporte 2017	Reporte 2018	Cambio
Número de Países	**135 países**	**140 países**	
Indicador General	**57**	**60**	**-3**
Entorno favorable	**72**	**72**	**0**
Instituciones	91	89	2
Infraestructura	81	83	-2
Adopción de TICs	80	84	-4
Estabilidad macroeconómica	57	56	1
Capital Humano	**49**	**51**	**-2**
Salud	35	35	0
Habilidades	78	80	-2
Mercados	**46**	**45**	**1**
Mercado de productos	87	85	2
Mercado laboral	79	80	-1
Sistema financiero	46	53	-7
Tamaño del mercado	37	37	0
Ecosistema de Innovación	**53**	**60**	**-7**
Dinamismo de los negocios	39	49	-10
Capacidad de innovación	72	73	-1

Fuente: Foro Económico Mundial (2018), citado por Asociación Nacional de Empresarios (2018, p.17).

Anexo 2.

ENTREVISTA A EXTRANJEROS PRESTADORES DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Nombre:

Casa de Nelly: Nelly Heymann

Casa Francois: Luna Galeano-Francois Van Malderen

Masaya Hostels: Soizic Poupard

Monasterio: Andrea Muñoz

Ciudad o país de origen:

Casa de Nelly: Francia

Casa Francois: Francia

Masaya Hostels: Francia

Monasterio: Alemania -Neiva

Oficio:

Casa de Nelly: Comerciante

Casa francois: Administración

Masaya Hostels: Gerente

Monasterio: Administradora y licenciada en Artes PLásticas

1. ¿Reside actualmente en el municipio?

Casa de Nelly:Sí, hace 36 años

Casa Francois:Sí

Masaya Hostel:Sí, hace 1 año

Monasterio:sí

2. ¿Cuál cree que ha sido la evolución económica del municipio durante los últimos 10 años con respecto a la oferta hotelera?

Casa de Nelly: alrededor de 4 años que ha evolucionado el turismo en el destino.

Casa Francois: Demasiada oferta hotelera

Masaya Hostels: Es un pueblo con mucho potencial, que funciona mucho con temporadas aún, hay temporadas muy altas y temporadas muy bajas.Con el futuro pienso que eso se va a equilibrar y que San Agustín será un lugar muy turístico en Colombia. Gracias a la

evolución turística del país, ya que poco a poco la gente buscará lugares más auténticos como San Agustín, la demanda conducirá a lugares más privados y tranquilos.

Monasterio: Ha crecido bastante la actividad turística, gran desarrollo, y se prepara para un auge mayor el destino.

3. ¿Desde cuándo inició este proyecto hotelero? ¿Y por qué en este destino?

Casa de Nelly: 29 años. La tranquilidad del destino, comodidad, la naturaleza, gente. La integración fue fácil

Casa Francois:19 años. Tranquilidad y comodidad

Masaya Hostels:4 años. Masaya Hostels tiene la idea de estar en un lugar antes de los demás, ser el primero. Es decir, en este momento no existe una demanda constante, pero estamos seguros de que en futuro la demanda crecerá y esto cambiará, para ese entonces ya estaremos instalados.

Monasterio: hace 5 años

4. ¿Cuál cree que es su factor diferenciador frente a otros hoteles del municipio?

Casa de Nelly: Su cercanía al pueblo, estar cerca al pueblo y al parque arqueológico.

Casa Francois: Ubicación y el diseño arquitectónico

Masaya Hostels: El diseño, porque es típico del lugar, la ubicación, el paisaje y los servicios

Monasterio: Hotel boutique, confort, el buen descanso hace que tengamos un plus. La conexión con el medio ambiente.

5. ¿Cuáles son las características que debe tener una persona que quiera trabajar en este hotel?

Casa de Nelly: Honestidad, siempre se trabaja con las mismas personas (6 personas permanentes).

Casa Francois: debe ser local, técnico o profesión en cargos administrativos, que hable inglés o francés.

Masaya Hostels: No necesariamente estudio, el interés, actitud y local.15 personas de planta

Monasterio: Sentido de pertenencia con la región, con el hotel, que tengan experiencia, habilidades, gente cualificada, profesional. Al ser limitada la oferta de mano de obra, traemos gente de afuera.

6. ¿Cuantas habitaciones tiene este establecimiento?

Casa de Nelly:10 habitaciones

Casa Francois:10 habitaciones

Masaya Hostels:28 habitaciones

Monasterio:15 habitaciones

7. ¿Principalmente qué turista llega a su hotel? ¿Nacional o extranjero?

Casa de Nelly: Extranjero 80% nacional 20%

Casa Francois: extranjero 90% nacional 10%

Masaya Hostels: Nacional 70% y 30% extranjero

Monasterio:50% extranjeros y 50% nacional

8. ¿Cuántas habitaciones ocupa o vende en promedio en temporada alta? ¿Y cuantas en temporada baja?

Casa de Nelly: temporada alta 100% y temporada baja 30%

Casa Francois: Temporada alta 100% y temporada baja 60%

Masaya Hostels: temporada alta 100% y temporada baja 10%

Monasterio:100% y 50%

9. ¿Usted cobra su tarifa por persona o por habitación?

Casa de Nelly: Por persona

Casa Francois: Por persona

Masaya Hostels: por habitación

Monasterio: por habitación

10. ¿Cuál es su tarifa más alta? ¿Y cuál es la más baja?

Casa de Nelly: 90.000 y 25.000

Casa Francois:160.000(2 pax) y 30.000 (1pax) 140.000(2 pax) y 25.000 (1 pax)

Masaya Hostels:400.000 (2pax) y 250.000 (2 pax)

60.000 (1 pax) y 25.000 (1 pax)

Monasterio:500.000(2 pax) y 250.000(2pax)

Proceso de instalación o acogida:

Casa de Nelly: Muy buena integración, la gente aceptó fácilmente, sin embargo,6 años atrás había más disponibilidad

Masaya Hostels: Muy buena acogida, porque empleamos a más de 300 personas en el pueblo en la época de construcción. Es decir, no buscamos que sea el hotel de los extranjeros sino el hotel del pueblo. Canales de venta: OTAS como booking, hostel world y expedia. Página web: Redes sociales.

Anexo 3.

ENTREVISTA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE ALOJAMIENTO LOCALES

Nombre:

Akawanka: Yorleny Cardoso

Huaka-yo: Edward Muñoz

Casa Tarzán: Dally Yaneth Valdés Portilla

Anacaona: Amparo Lebaza Cerón

Yalconia: Lola Cardoso

Valladollyd: Oscar Iván López Burbano

Ciudad o país de origen:

Akawanka: Pitalito Huila

Huaka-yo: San Agustín

Casa tarzan: San Agustín

Anacaona: San Agustín

Yalconia: Neiva

Valladollyd: San Agustín

Oficio:

Akawanka: Artista plástica

Huaka-yo: Empírico

Casa Tarzán: Administradora hotelera y pública.

Anacona: Oficios varios

Yalconia: Negocios internacionales y contaduría publica

Valladollyd: Administrador hotelero

1. ¿Cuál cree que ha sido la evolución económica del municipio durante los últimos 10 años con respecto a la oferta hotelera?

Akawanka:De un turismo medio a un turismo de categoría alta.Turismo frecuente, ya que las personas se sienten seguras al llegar a San Agustín y encontrar comodidad y confort.Anteriormente, muy pocos hoteles con servicio de confort.Con la llegada de Akawanka, la oferta hotelera de esta categoría empezó a surgir.

Huaka-yo:Gracias al acuerdo de paz, el turismo ha incrementado en visitantes.

Casa Tarzán:Amplia, debido a la alta inversión de empresas internacionales, mucha planta hotelera, en cuanto a la inversión, es principalmente internacional.Por un lado, todo tiende a mejorar, gracias a los acuerdos de paz, entonces la gente se interesa por invertir en el destino por ser turístico e histórico.

Anacaona:La seguridad, publicidad y el voz a voz ha ayudado mucho, ya que anteriormente se tenía una mala imagen.
Yalconia:Hay evolución en cuanto a la implementación de los sistemas de sostenibilidad. Demasiada oferta hotelera, es un problema no por competencia sino por el tema ilegal.
Valladollyd:Muy importante, ha habido bastante inversión tanto local como extranjera.Desarrollo progresivo en cuanto a infraestructura hotelera, entonces se ha disparado la economía en el municipio, ya que entre más oferta mayor demanda en turistas.

2. **¿Desde cuándo inició este proyecto hotelero?¿Y por qué en este destino?**
   Akawanka: Hace 6 años, por motivos de tranquilidad y confort que ofrecía el destino.
   Huaka-yo:Hace 11 años años
   Casa tarzán:4 años
   Anacaona:20 años
   Yalconia:51 años
   Valladollyd:30 años
3. **¿Cuál cree que es su factor diferenciador frente a otros hoteles del municipio?**
   Akawanka: Todo es artístico (hecho a mano)
   Huaka-yo: Estructura étnica y natural.
   Casa tarzán: Infraestructura rústica, reciclable y temático.
   Yalconia:Comodidad y confort
   Anacaona:Servicio
   Valladollyd:Ubicación, zonas verdes y atención al cliente
4. **¿Qué opina acerca de sus competidores extranjeros que también prestan servicios de alojamiento?**
   Akawanka:La competencia es buena porque ayuda a exigir y ser mejor
   Huaka-yo: Entre más hoteles haya mejor, ya que se ha incrementado la demanda.Es bueno, siempre y cuando no se intervengan en el trabajo de los demás, es decir, sea una competencia sana y equitativa.
   Casa tarzán: Las grandes cadenas no dejan salir a los turistas, ofrecen todo empaquetado, el turismo debería ser una cadena de beneficio mutuo. Debería ser un movimiento más equitativo, donde la comunidad receptora se beneficie. Aunque ayuda a prepararnos mejor, a veces los turistas entran y no nos damos cuenta cuando lo hicieron y salieron, algunos productos alimenticios los traen de afuera.

Anacaona: La competencia directa es Masaya, porque tienen habitaciones de todas las categorías.La competencia es buena, porque lo obligan a mejorar.

Yalconia:No afectan, porque manejan un formato diferente al que manejamos.El comeptidor es Akawanka y Huaka-yo.

Valladollyd: Preocupación en cuanto a cadenas hoteleras porque ellos pueden poner las tarifas que ellos quieran en las temporadas que deseen. Incluso pueden tener el todo incluido, entonces no se dinamiza la economía en el municipio porque todo se queda dentro de estas grandes empresas, dejando de lado al beneficio local, el cual debería ser el primer proveedor de los hoteles del lugar. Por otro lado, los colombianos deberíamos ser los dueños de las tierras y de los hoteles del lugar, y no que los extranjeros vengan y se adueñen de los territorios y aparte de eso, no compren productos locales o no se tenga en cuenta el beneficio de la comunidad.

5. ¿Cuáles son las características que debe tener una persona que quiera trabajar en este hotel?

Akawanka: Personas activas, sentido de pertenencia, locales madres cabezas de hogar, se les brinda capacitaciones del SENA (10 empleados permanentes)

Huaka-yo: Honestidad (8 personas permanentes)
Casa Tarzán: Tiene que saber acerca de la cultura e historia agustiniana, poca mano de obra calificada. Difícil encontrar personas con conocimientos gastronómicos, hoteleros, de servicio y otras características. Principalmente debe saber idiomas.
Anacaona: Actitud
Yalconia: Que sea profesional, mínimo un técnico y manejo de idiomas. (4 personas permanentes) en temporada alta 8 personas
Valladollyd:2 personas de planta y en temporada alta 6 personas

6. ¿Cuantas habitaciones tiene este establecimiento?

Akawanka:41 habitaciones
Huaka-yo:12 habitaciones
Casa Tarzán:4 habitaciones
Yalconia:38 habitaciones (140 pax)
Valladollyd:17 habitaciones

7. ¿Principalmente qué turista llega a su hotel? ¿Nacional o extranjero?

Akawanka: Extranjero 90% y nacional 10%
Huaka-yo: 70% extranjero y nacional 30%
Casa Tarzán: Nacional 60% y extranjero 40%
Anacaona:80% extranjero y 20% nacional
Yalconia extranjero 70% nacional 30%
Valladollyd: Nacional 70% y 30% extranjero

8. ¿Cuántas habitaciones ocupa o vende en promedio en temporada alta? ¿Y cuantas en temporada baja?

Akawanka: Temporada alta 100% y temporada baja 20%
Huaka-yo:Temporada alta 100% y temporada baja 33%
Casa tarzán: temporada alta 100% y temporada baja 25%

Anacona:100% y 30%
Yalconia:100% y 40%
Valladollyd: 100% y 40%

9. ¿Usted cobra su tarifa por persona o por habitación?

Akawanka: Por habitación
Huaka-yo: Por habitación
Casa Tarzán: por persona
Anacaona: por persona
Yalconia: por habitación
Valladollyd: por persona

10. ¿Cuál es su tarifa más alta? ¿Y cuál es la más baja?

Akawanka: 1’200.000 (4pax) y 180.000 (1 pax)
Huaka-yo:165.000 (2 pax) 70.000 y 150.0000 (2 pax) 60.000(1pax)
Casa tarzán: 195.000 (2 pax)
Anacaona:300.000 (3 pax) y 150.000 (3 pax)
Yalconia:480.000(2pax) y 100.000(1pax)
560.000 (2 pax) y 150.000(1 pax)
Valladollyd:40.000 (1 pax)

Anexo 4

N°	NOMBRE	RM	RNT	ORIGEN	CATEGORIA
1	AKAWANKA LODGE	SI	NO	LOCAL	ALTA
2	ASGARD SPA LODGE	SI	NO	EXTRANJERO	ALTA
3	CABAÑA SAN AGUSTIN NUMBANA	NO	NO	NA	ALTA
4	CABAÑA LAS MOYAS	NO	NO	LOCAL	BAJA
5	CABAÑAS Y CAMPING COLINAS DE SAN DIEGO	SI	NO	LOCAL	BAJA
6	GAMCELAT	NO	NO	LOCAL	BAJA
7	CLUB FAMILIAR YURIMAGUA	NO	NO	LOCAL	BAJA
8	CASA PAMPA	NO	NO	LOCAL	MEDIA
9	FINCA CAMPESTRE CASA ELVIRITA	SI	NO	LOCAL	MEDIA
10	FINCA PALO ATO	SI	SI	LOCAL	MEDIA
11	HOSPEDAJE ANDINO	NO	NO	LOCAL	MEDIA
12	HOSPEDAJE CAMPESTRE GUACARÍ	NO	NO	LOCAL	BAJA
13	HOSPEDAJE FINCA EL CIELO	SI	NO	EXTRANJERO	MEDIA
14	HOSTAL ALTO DE LOS ANDAQUIES	SI	NO	LOCAL	MEDIA
15	HOSTAL CAMPESTRE EL TRIUNFO	SI	NO	LOCAL	MEDIA
16	HOSTAL HACIENDA ANACAONA	SI	NO	LOCAL	MEDIA
17	HOSTAL HUAKA-YO	SI	NO	LOCAL	MEDIA
18	HOTEL EL MACO	SI	NO	EXTRANJERO	ALTA
19	HOTEL ESTORAKE	SI	NO	LOCAL	ALTA
20	HOTEL ARQUEOLÓGICO	SI	SI	LOCAL	MEDIA
21	HOTEL COPACABANA IMPERIO	SI	NO	LOCAL	BAJA
22	HOTEL MONASTERIO	SI	SI	EXTRANJERO	ALTA
23	HOTEL VALLADOLLYD	SI	NO	LOCAL	MEDIA
24	HOTEL VILLA ISABELA	SI	SI	LOCAL	MEDIA
25	CASA FRANCOIS	SI	NO	EXTRANJERO	MEDIA
26	HOTEL CASA DE NELLY	SI	NO	EXTRANJERO	MEDIA
27	POSADA CAMPESINA	SI	NO	LOCAL	BAJA
28	POSADA EL MIRADOR	NO	NO	LOCAL	BAJA
29	POSADA LA CASA DEL JAPONES	NO	NO	LOCAL	BAJA
30	POSADA PACHAMAMA	SI	NO	LOCAL	MEDIA
31	VILLA GILMA LODGE	NO	NO	NA	MEDIA
32	HOTEL YUMA	SI	NO	LOCAL	ALTA
33	HOTEL MASAYA	SI	SI	EXTRANJERO	ALTA
34	FINCA WAYRANA	SI	SI	NA	MEDIA
35	HOSTAL HUITACA	NO	SI	LOCAL	MEDIA
36	POSADA MANOS	NO	NO	NA	BAJA
37	HOSTAL MANU VIAJEROS	NO	NO	LOCAL	BAJA
38	HOTEL CASA TARZÁN	SI	NO	LOCAL	ALTA
39	HOSPEDAJE EL JARDÍN	SI	NO	LOCAL	BAJA
40	HOSPEDAJE EL TURISTA	NO	NO	LOCAL	BAJA
41	HOSPEDAJE LA TERCERA	SI	NO	LOCAL	MEDIA

42	HOSPEDAJE MI TERRUÑO	NO	NO	LOCAL	BAJA
43	HOSPEDAJE NARANJO SAN AGUSTIN	SI	SI	NA	BAJA
44	HOSPEDAJE SUR ANDINO	NO	NO	LOCAL	BAJA
45	HOSPEDAJE ULLUMBE	SI	NO	LOCAL	MEDIA
46	HOSTAL ALEGRÍA	SI	NO	LOCAL	BAJA
47	HOSTAL BAMBÚ	SI	NO	EXTRANJERO	MEDIA
48	HOSTAL DIANA	NO	NO	NA	BAJA
49	HOSTAL DIOSA LUNAR	SI	NO	LOCAL	MEDIA
50	HOSTAL LA CASONA	SI	NO	LOCAL	MEDIA
51	HOSTAL LOS BALCONES	SI	SI	NA	MEDIA
52	HOSTAL SAN AGUSTIN	SI	SI	LOCAL	BAJA
53	HOSTAL SAN LUIS	SI	SI	LOCAL	BAJA
54	HOTEL DIAMANTE REAL	SI	NO	LOCAL	BAJA
55	HOTEL EL FOGÓN	NO	NO	LOCAL	BAJA
56	HOTEL LA GAITANA	SI	NO	LOCAL	BAJA
57	HOTEL RAICES	SI	NO	LOCAL	MEDIA
58	HOTEL YALCONIA	SI	SI	LOCAL	ALTA
59	POSADA MANOA	SI	SI	NA	BAJA
60	HOTEL INTERNACIONAL	SI	NO	LOCAL	ALTA
61	TERRAZAS DE SAN AGUSTIN	SI	NO	LOCAL	ALTA
62	POSADA CAMPESTRE LA MARIA	SI	NO	LOCAL	MEDIA
63	HOSTAL BUENA VISTA	NO	NO	LOCAL	BAJA
64	CASA MARITANA	NO	NO	LOCAL	BAJA
65	SHALON BOUTIQUE SAN AGUSTIN	SI	NO	LOCAL	MEDIA
66	ALTOS DEL MAGDALENA	NO	NO	NA	BAJA
67	FINCA EL RECREO	NO	NO	NA	MEDIA
68	CABAÑAS EL TREBOL	NO	NO	NA	MEDIA

Fuente: Elaboración propia, basada en la información brindada de un punto de información turística de San Agustín.

Anexo 5.

Fuente: Gobernación del Huila (s.f.).Huila Magnífica. Recuperado de http://huilamagnifica.com/mapas-de-municipios-del-huila-con-veredas/

Anexo 6.

	TEA por oportunidad	TEA por necesidad
Colombia	14,9	7,5
Economías impulsados por factores	14,7	6,3
Economías impulsados por eficiencia	10,3	4,2
Economías impulsadas por innovación	6,7	1,5
América Latina y el Caribe	13,6	5,8
TOTAL GEM	10,5	3,9

Fuente: Barbosa, D. et al (2016). Global Entrepeneurship Monitor:Reporte GEM Colombia. Recuperado de http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2015-reporte-nacional/