

**Informalidad turística en el Quindío: efectos sobre la confianza, la seguridad percibida  
y la atracción de turistas extranjeros.**

Autores

Sebastian Alberto Borgogno Osorio, Daniel Garces Velez

Administración de empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA

Trabajo de grado

Bogotá

2026

**Informalidad turística en el Quindío: efectos sobre la confianza, la seguridad  
percibida y la atracción de turistas extranjeros.**

300 - 200

Autores

Sebastian Alberto Borgogno Osorio, Daniel Garces Velez

Directora

Alejandra Pulido Lopez

Administración de empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA

Trabajo de grado

Bogotá

2026

## Tabla de contenido

<b>Resumen.....</b>	<b>8</b>
<b>1.Introducción.....</b>	<b>9</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	9
1.2 Justificación de la investigación.....	12
1.3 Objetivos.....	17
1.3.1 Objetivo general.....	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Pregunta de investigación.....	18
<b>2. Revisión de literatura.....</b>	<b>18</b>
2.1 Informalidad en el turismo.....	19
2.2 Atracción de turistas.....	21
2.3 Confianza en la oferta del sector turístico.....	22
2.4 Percepción de seguridad del turista.....	23
2.5 Hipótesis de la investigación.....	25
2.5.1 Relación entre nivel de informalidad y Atracción de turistas.....	26
2.5.2 Relación entre nivel de informalidad y confianza en la oferta del sector.....	28
2.5.3 Relación entre nivel de la informalidad y la percepción de seguridad.....	29
<b>3. Metodología de la investigación.....</b>	<b>31</b>
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	31
3.2 Enfoque de la investigación.....	32
3.3 Población y muestra.....	33
3.4 Instrumentos de recolección de información.....	36
3.5 Procedimientos.....	37
<b>4. Análisis de resultados.....</b>	<b>39</b>
4.1 Nivel de informalidad turística en el Quindío.....	39
4.1.1 Resultados cuantitativos.....	39
4.1.2 Resultados cualitativos.....	42
4.2 Efecto de la informalidad turística sobre la confianza y la percepción de seguridad..	43
4.2.1 Resultados cuantitativos.....	43
4.2.2 Resultados cualitativos.....	45
4.3 Efecto de la informalidad turística en la atracción de turistas al destino.....	47
4.3.1 Resultados cuantitativos.....	47
4.3.2 Resultados cualitativos.....	48
<b>5. Discusión de los resultados.....</b>	<b>50</b>
5.1 La informalidad como parte central del turismo.....	50
5.2 La informalidad y sus efectos sobre la atracción de turistas extranjeros.....	52

5.3 Confianza y seguridad como variables.....	53
<b>6. Conclusión e implicaciones.....</b>	<b>54</b>
6.1 Conclusiones generales.....	54
6.2 Recomendaciones: implicaciones y futuras líneas de investigación.....	55
6.3 Limitaciones de la investigación.....	57
<b>7. Referencias.....</b>	<b>58</b>

## Tabla de Figuras

Figura 1	
Ocupación hotelera vs turistas extranjeros.....	11
Figura 2.	
Gráfica de torta: composición de la muestra por origen.....	40
Figura 3.	
Gráfica de torta: uso de servicios informales.....	41
Figura 4.	
Gráfica de Barras: Distribución geográfica de la informalidad percibida por municipio.....	42
Figura 5.	
Gráfica de Barras: Escala Likert de visibilidad de la informalidad (1 a 5)].....	42
Figura .6	
Nube de palabras respuestas sobre informalidad.....	44
Figura 7.	
Tabla de regresiones: satisfacción ( $r=-0.459$ , $p=0.001$ ), seguridad ( $r=-0.099$ , $p=0.154$ ), confianza ( $r=-0.033$ , $p=0.634$ ).....	45
Figura 8.	
Nube de palabras respuestas visibilidad informalidad y afectacion al turista	
Nota: elaboración propia con IA.....	48
Figura 9.	
Gráfica de barras: canales de acceso a servicios.....	49
Figura 10.	
Nube de palabras implicaciones estratégicas de la informalidad.....	51

**Tabla de tablas**

Tabla 1. Crecimiento del turismo internacional en Colombia y su potencial para el Quindío.....	13
Tabla 2 Justificación de investigación.....	16
Tabla 3 Entrevistas Cualitativas.....	35

**Tabla de Anexos**

Anexos Entrevistas.....	64
Anexos Encuestas.....	68

## Resumen

La informalidad turística en el departamento del Quindío es una problemática que atraviesa la totalidad de la oferta turística regional, desde el alojamiento y el transporte hasta la guianza y el comercio ambulante. Este estudio analiza de qué manera el nivel de informalidad turística afecta la atracción de turistas, la confianza en el sector y la percepción de seguridad del visitante.

La investigación adopta un enfoque mixto. El componente cuantitativo incluyó 208 encuestas aplicadas a turistas en Salento y Filandia durante la temporada turística de 2026, analizadas mediante correlaciones de Pearson y regresiones lineales simples. El componente cualitativo se desarrolló a través de siete entrevistas semiestructuradas con actores del ecosistema turístico local.

Los resultados revelan un argumento general: los turistas toleran la informalidad en su experiencia inmediata con una satisfacción media de 4,14 sobre 5 pero el 64,4% reconoce que afecta negativamente la imagen del destino y el 76,4% demanda mayor regulación. La informalidad reduce significativamente la satisfacción general leída como atracción del turista ( $r=-0,459$ ,  $p=0,001$ ), aunque no compromete del todo la confianza de la oferta turística ni la percepción de seguridad.

Palabras clave: informalidad turística, atracción de turistas, confianza, percepción de seguridad, Quindío.

## **1.Introducción**

El turismo representa una de las industrias de mayor crecimiento en América Latina, y en destinos emergentes como el Quindío su expansión ha traído consigo un fenómeno paralelo que compromete su desarrollo: la informalidad turística. Lejos de ser un problema específico, la literatura reciente señala que en estos contextos la oferta no regulada opera en todo el sistema turístico, afectando la calidad, la confianza y la imagen del destino (Damayanti et al., 2018).

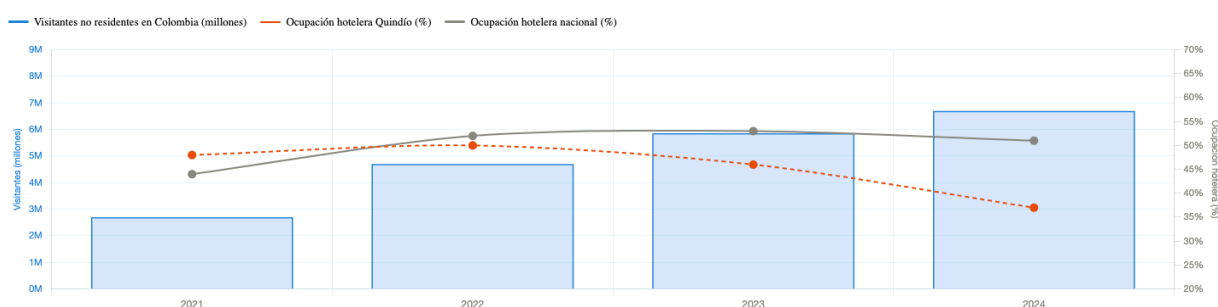
Esta condición resulta especialmente problemática frente al turista internacional, quien al no conocer el país ni la región depende de la formalidad para evaluar la confiabilidad de los servicios que consume (Ameen et al., 2023). Entender cómo la informalidad afecta su decisión de visita, su confianza en el sector y su percepción de seguridad es el punto de partida de esta investigación.

### **1.1Planteamiento del problema**

La informalidad en el sector turístico del Quindío es un fenómeno complejo que atraviesa la totalidad de la oferta turística del departamento, desde el alojamiento hasta el transporte, las actividades recreativas, el comercio callejero y la guianza turística. Su origen es múltiple: la escasez de recursos y personal en las autoridades locales limita la capacidad de inspección y control, mientras que los vacíos regulatorios y los incentivos económicos llevan a numerosos prestadores de servicios a eludir licencias, impuestos y normas de seguridad, lo que les permite funcionar con estructuras de costo más bajas y ofrecer precios más

competitivos que los formales (Cotelco Quindío, 2023). En Salento, por ejemplo, los hoteles formales cobran en promedio 180.000 pesos por noche, mientras que los alojamientos informales oscilan entre 80.000 y 100.000 pesos, generando una competencia desleal que compromete la sostenibilidad de los operadores legales, y hace que estos disminuyen poco a poco como se ve en la siguiente gráfica.

Figura 1  
Ocupación hotelera vs turistas extranjeros



Mientras Colombia alcanza cifras récord de turismo internacional, el Quindío opera con apenas el 37% de ocupación hotelera — la mitad del promedio nacional. La informalidad turística es el factor que explica esta brecha.

Nota. Elaboración propia con base en BBVA Research (2024), Fontur (2024), DANE – Encuesta Mensual de Alojamiento (2024) y Arango (2025).

Sin embargo, la informalidad en el Quindío no se limita al alojamiento. Se extiende también al transporte no regulado, a las actividades turísticas operadas sin licencia, al comercio ambulante de souvenirs y productos artesanales, y a la guianza turística ejercida sin acreditación formal. Esta diversidad convierte a la informalidad en un factor presente en todo sistema turístico del departamento, y no en un fenómeno aislado. Según el Ministerio de Turismo, un número reducido de funcionarios debe atender municipios con gran afluencia como Salento, Filandia y Armenia, lo que facilita el funcionamiento de servicios ilegales en múltiples frentes simultáneamente.

Frente a las consecuencias económicas, la informalidad genera evasión fiscal que limita los recursos disponibles para infraestructura y promoción turística, precariza el empleo al reducir la formalidad laboral, y ha contribuido a que la ocupación hotelera caiga hasta un 37% en algunos períodos (Cotelco Quindío, 2023). En el plano social y reputacional, la ausencia de control institucional abre espacios para actividades ilícitas como la explotación sexual o el consumo de drogas, lo que erosiona la percepción de seguridad y la confianza de los visitantes, especialmente de los turistas internacionales que carecen de redes locales de referencia para evaluar la confiabilidad de los servicios que consumen.

De acuerdo con el Foro Económico Mundial (2024), Colombia ascendió seis posiciones en el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo, ubicándose en el puesto 50 entre 119 economías evaluadas y alcanzando su mejor desempeño en el pilar de precios, lo que refuerza el atractivo del destino para el visitante extranjero y amplía las oportunidades de captación de divisas a nivel regional. Sin embargo, los turistas internacionales son precisamente el segmento más sensible a las señales de desorden institucional: cuando la oferta informal predomina, la percepción de riesgo aumenta y la confianza en el destino disminuye, reduciendo su atractivo frente a competidores como Perú o Costa Rica, que han avanzado en marcos regulatorios orientados a la sostenibilidad y la formalización.

A pesar de la magnitud de estos efectos, existe una carencia de estudios que examinen de manera directa y sistemática la relación entre la informalidad turística en sus múltiples dimensiones y la atracción de turistas internacionales en destinos emergentes como el Quindío. La mayoría de las investigaciones existentes se concentran en los efectos económicos internos de la informalidad, descuidando sus implicaciones en la confianza, la percepción de seguridad y la reputación del destino como factores que condicionan la

decisión de visita del turista extranjero. Esta brecha académica y práctica es la que orienta y justifica la presente investigación.

## 1.2 Justificación de la investigación

El turismo se considera una de las industrias más dinámicas en Colombia y sirve como un enfoque crucial para diversificar la economía nacional. Entre enero y noviembre de 2023, el país recibió más de 4.3 millones de visitantes no residentes, lo que representa un aumento del 24 % en comparación con el mismo período de 2022 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023). Esta tendencia presenta la oportunidad de que áreas como Quindío sean reconocidas como destinos internacionales, aunque este potencial está impedido por la informalidad, lo que disminuye su capacidad para transmitir seguridad, calidad y confianza. Según la Cámara de Comercio de Armenia (2023), más del 70 % de los municipios en el departamento dependen del turismo como su principal fuente de ingresos, lo que sugiere que la informalidad afecta directamente las tasas de ocupación hotelera, el empleo formal y los ingresos fiscales destinados a la infraestructura y los esfuerzos promocionales.

*Tabla 1.*

*Crecimiento del turismo internacional en Colombia y su potencial para el Quindío*

Indicador	Dato	Fuente
-----------	------	--------

Visitantes no residentes en Colombia (2024)	6,69 millones (récord histórico)	MinCIT / Fontur, 2024
Crecimiento de visitantes 2023–2024	+9,4%	ProColombia, 2024
Gasto promedio turista internacional por viaje	USD 1.338	ANATO, 2024
Gasto diario promedio turista internacional	USD 94,8	DANE – EGIT, 2024
Gasto diario promedio turista nacional	COP 158.549 (~USD 38)	Fontur, 2024
Ingresos por divisas del turismo (ene–sep 2024)	USD 7.444 millones	ANATO, 2024
Participación del turismo en exportaciones de servicios	58% del total	ANATO, 2024

Municipios del Quindío dependientes del turismo como ingreso principal	Más del 70%	Cámara de Comercio de Armenia, 2023
--	-------------	-------------------------------------

*Nota : Elaboración Propia*

Los datos presentados en la Tabla 1 demuestran la importancia que el turismo internacional representa para el Quindío. Colombia recibió 6,69 millones de visitantes no residentes en 2024, cifra récord que refleja un crecimiento del 9,4% frente al año anterior y que posiciona al país como un destino en expansión sostenida dentro del mercado turístico latinoamericano (MinCIT / Fontur, 2024; ProColombia, 2024). El aspecto económico de este segmento es especialmente significativa cuando se compara el gasto diario promedio de un turista internacional USD 94,8 frente al de un turista nacional aproximadamente USD 38, una brecha de más del doble que ilustra el potencial de divisas que el visitante extranjero representa para las economías locales (DANE – EGIT, 2024; Fontur, 2024). Esto tiene más importancia aún en el Quindío, donde más del 70% de los municipios dependen del turismo como su principal fuente de ingresos (Cámara de Comercio de Armenia, 2023), lo que hace que la capacidad del departamento para atraer y retener al turista internacional sea determinante para la sostenibilidad económica de sus comunidades. Sin embargo, capturar este potencial exige condiciones que transmitan confianza, seguridad y calidad al visitante extranjero, condiciones que la informalidad turística compromete de forma directa.

Desde el punto de vista académico, el problema gana importancia, ya que hay estudios limitados que conectan la informalidad en el turismo con la capacidad de atraer turistas internacionales. La mayoría de los estudios existentes se concentran en los efectos

internos, descuidando considerar cómo la ausencia de formalidad afecta la calidad y las percepciones de seguridad que influyen en la atracción. Esta investigación tiene como objetivo ayudar a cerrar esa brecha al demostrar cómo la regulación insuficiente afecta la confianza y las elecciones de los viajeros, al tiempo que ofrece modelos que pueden duplicarse en áreas con circunstancias comparables.

Tabla 2

*Justificación de investigación*

LO QUE LA LITERATURA SÍ HA ESTUDIADO	VACÍO QUE ESTA INVESTIGACIÓN LLENA
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Efectos económicos internos</b> Evasión fiscal, precarización laboral, competencia desleal</li> <li>● <b>Plataformas colaborativas</b> Airbnb, turistificación, marcos regulatorios digitales</li> <li>● <b>Impactos en la comunidad local</b> Convivencia, presión sobre servicios públicos, gentrificación</li> <li>● <b>Calidad institucional y turismo</b> Rol de las instituciones en la llegada de visitantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Informalidad → confianza del turista extranjero</b> Sin estudios directos en destinos emergentes latinoamericanos</li> <li>● <b>Informalidad → percepción de seguridad</b> Estudiado en violencia y conflicto, no en informalidad estructural</li> <li>● <b>Informalidad → competitividad internacional</b> Competitividad medida con otros factores, no con informalidad</li> <li>● <b>Enfoque mixto estructural + perceptual</b> Estudios separan dimensiones, ninguno las integra en un modelo</li> </ul>
<p><b>Fuentes del diagnóstico:</b> Damayanti et al. (2018); Çakmak &amp; Çenesiz (2022); Salinas et al. (2023); Ameen et al. (2023); Abror et al. (2021); Dolnicar &amp; Zare (2021).</p>	

*Nota. Elaboración propia con base en Damayanti et al. (2018), Çakmak y Çenesiz (2022), Salinas et al. (2023), Ameen et al. (2023), Abror et al. (2021) y Dolnicar y Zare (2021).*

La Tabla 2 explica lo que se ha y lo que no se ha estudiado de la informalidad turística y permite identificar con claridad la brecha académica que justifica esta investigación. La literatura existente ha avanzado de manera significativa en el estudio de los efectos económicos internos de la informalidad, evasión fiscal, precarización laboral y competencia desleal así como en el análisis de las plataformas colaborativas, los impactos en la comunidad local y el rol de las instituciones en la llegada de visitantes. Sin embargo, estos estudios comparten una limitación común: se concentran en las consecuencias internas sin examinar

cómo la informalidad afecta las variables que determinan la decisión del turista internacional de visitar un destino.

El vacío que esta investigación busca llenar es precisamente esa conexión ausente. No existen estudios directos en destinos emergentes latinoamericanos que vinculen la informalidad turística con la confianza del visitante extranjero en el sector, ni investigaciones que analicen su relación con la percepción de seguridad desde una perspectiva no asociada a violencia o conflicto sino a la ausencia de regulación formal. Adicionalmente, ningún estudio previo ha integrado simultáneamente las dimensiones estructural y perceptual de la informalidad en un modelo que permita capturar tanto su magnitud objetiva como su impacto simbólico sobre la atracción de turistas internacionales. Esta investigación responde a esa falta de estudio, ofreciendo un modelo replicable para destinos con características similares al Quindío.

Los resultados de esta investigación tienen un valor significativo. Para el sector empresarial, los hallazgos proporcionarán una base para crear estrategias de formalización. Para las entidades públicas, ayudarán a establecer políticas de control más efectivas y asistir a programas para pequeños proveedores de servicios de turismo. En el ámbito académico, servirá como un recurso esencial para examinar la informalidad y su influencia en el reconocimiento global de los destinos. Los principales grupos beneficiarios consistirán en hoteles, operadores turísticos, pautas y proveedores establecidos, que podrán competir en igualdad de condiciones y atraer un mayor número de turistas internacionales. Del mismo modo, las organizaciones locales y nacionales obtendrán retroalimentación para mejorar las estrategias promocionales y de gestión de los destinos. A la larga, la comunidad se beneficiará de un sector turístico más organizado, lo que llevará a un empleo estable, mayores ingresos fiscales y progreso social y ambiental sostenible.

En resumen, la informalidad presente en el turismo de Quindío no debe verse simplemente como una molestia regulatoria, sino como un obstáculo que limita su capacidad para atraer turistas, adquirir su confianza y que se sientan seguros. Abordar este asunto a través de las diferentes variables que afectan el destino permitirá la creación de iniciativas que mejoren la confianza, la calidad y la formalidad, estableciendo a Quindío como un punto de referencia para el turismo seguro, sostenible y confiable en todo el mundo.

### **1.3 Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

Analizar de qué manera el nivel de informalidad turística en el departamento del Quindío afecta la atracción de turistas, la confianza en el sector y la percepción de seguridad del visitante.

#### ***1.3.2 Objetivos específicos***

- Medir el nivel de informalidad turística presente en el Quindío en todas sus dimensiones, teniendo en cuenta los servicios, actores y territorios donde se concentra con mayor intensidad.
- Determinar la correlación estadística entre el nivel de informalidad turística y su efecto sobre la confianza del turista en el sector y su percepción de seguridad durante la experiencia de visita en el Quindío.
- Formular recomendaciones para el sector público, el sector empresarial y la academia a partir de los hallazgos sobre informalidad turística en el Quindío.

#### **1.4 Pregunta de investigación**

¿De qué manera el nivel de informalidad turística en el departamento del Quindío afecta la atracción de turistas, la confianza en el sector y la percepción de seguridad del visitante?

#### **2. Revisión de literatura**

Este estudio aborda los asuntos de la atracción de visitantes y el nivel de informalidad turística en el departamento del Quindío. La informalidad no es solo un fenómeno apartado desde el punto de vista económico, sino también un componente del sistema turístico en destinos emergentes, según ha mostrado la literatura más reciente (Blain, Levy & Ritchie, 2005). Los servicios sin licencia, el comercio ambulante y el alojamiento no regulado son ejemplos de informalidad que alteran la estructura de la oferta y la experiencia del visitante (Hankinson, 2009). Aunque estas dinámicas tienen la capacidad de aumentar el acceso a alternativas más baratas o auténticas para algunos tipos de visitantes, también producen tensiones en lo que respecta a control, regulación y calidad del lugar (Abror, Patrisia, Engriani, Omar, Wardi, Noor, Ahmad & Najib, 2021). La informalidad puede, por un lado, promover la demanda al brindar flexibilidad y cercanía cultural (Damayanti, Scott & Ruhanen, 2018); sin embargo, por otro lado, también puede generar desconfianza e incertidumbre en los turistas internacionales debido a la percepción de un riesgo más elevado (Ameen et al., 2023).

Para analizar esta problemática, el estudio se estructura en torno a cuatro variables centrales. La primera es el nivel de informalidad turística, variable independiente que engloba tanto la oferta no regulada en servicios de transporte, alojamiento, guianza y comercio, como las percepciones que los visitantes construyen sobre su presencia en el destino (Damayanti et al., 2018; Çakmak & Çenesiz, 2022). La segunda es la atracción de turistas extranjeros, variable dependiente definida como la decisión deliberada de un visitante internacional de desplazarse al destino, fundamentada en la confianza percibida en la estructura de servicios y la coherencia entre la imagen proyectada y las condiciones reales de la oferta turística (Ameen et al., 2023; Pike, 2014). La tercera es la confianza en la oferta del sector turístico, entendida como la percepción del visitante sobre el grado en que los prestadores de servicios actúan con transparencia, honestidad y apego a normas éticas comunes (Çakmak & Çenesiz, 2022; Ameen et al., 2023). La cuarta es la percepción de seguridad del turista, definida como la evaluación subjetiva que realiza el visitante sobre su integridad física, patrimonial e institucional durante su estadía, con base en las señales de orden y control que percibe en el entorno (Ameen et al., 2023; Xie et al., 2021). A partir de estas cuatro variables, el estudio busca establecer si la informalidad turística en el Quindío opera como un obstáculo que dificulta la confianza y la seguridad percibida, comprometiendo con ello la capacidad del destino para atraer visitantes o como un incentivo económico para los turistas.

## **2.1 Informalidad en el turismo**

La informalidad turística ha sido abordada en la literatura desde dos enfoques: uno económico-estructural, que cuantifica el volumen de actividades no reguladas dentro de la oferta turística, y uno perceptual, que examina cómo estas prácticas afectan las decisiones y experiencias de los visitantes (Çakmak & Çenesiz, 2022). Desde la perspectiva estructural, investigaciones con análisis de plataformas digitales han logrado estimar la magnitud del

sector informal en distintos destinos, identificando patrones de concentración geográfica y sectorial que revelan que la informalidad no opera en los márgenes del sistema turístico, sino integrada en sí misma (Damayanti et al., 2018).

En años recientes, la expansión de las plataformas de economía colaborativa ha complejizado la definición misma de informalidad. Colomb y Moreira de Souza (2024) señalan que los alojamientos de corta duración mediados por plataformas digitales constituyen una forma híbrida de informalidad: aunque operan a través de mercados digitalizados y rastreables, frecuentemente eluden los marcos regulatorios tradicionales de licenciamiento, tributación y control de calidad. Esta condición los convierte en actores simultáneamente visibles para los consumidores e invisibles para las instituciones reguladoras, lo que profundiza los desafíos de gobernanza del destino.

Desde la perspectiva económica, Salinas et al. (2023) demostraron, en un análisis de 76 países entre 1995 y 2015, que la relación entre desarrollo turístico e informalidad económica sigue una curva en forma de U: en etapas iniciales, el crecimiento turístico tiende a reducir la informalidad al generar empleo formal, pero a medida que el sector se expande sin marcos regulatorios adecuados, la informalidad vuelve a crecer de forma acelerada. Este hallazgo es fundamental para destinos emergentes como el Quindío, que se encuentran precisamente en la fase ascendente de esa curva.

En este estudio, la informalidad turística se define como el conjunto de actividades, servicios y prácticas relacionadas con el turismo que operan fuera de los marcos formales de control, registro o supervisión institucional en un territorio específico. Esta definición integra tanto una dimensión cuantitativa la cuota de mercado no regulada en alojamiento, transporte, guianza y comercio como una dimensión cualitativa, referida a las modalidades operativas, la

visibilidad pública y las normas de comportamiento que rigen entre los actores informales (Damayanti et al., 2018). Se incluye además la informalidad digitalizada, entendida como la presencia activa en plataformas P2P que operan en zonas grises de la regulación tradicional (Guttentag, 2015; Colomb & Moreira de Souza, 2024).

## **2.2 Atracción de turistas**

La atracción de turistas ha sido estudiada desde dos perspectivas principales: una centrada en los atributos objetivos del destino recursos naturales, culturales e infraestructurales y otra centrada en los procesos evaluativos del turista, que determinan si esos atributos son percibidos como suficientemente confiables para justificar el desplazamiento (Pike, 2014). Esta investigación se sitúa en la segunda perspectiva, dado que el Quindío no carece de atractivos, sino de las condiciones que permiten generar confianza y seguridad.

La literatura reciente ha movido la investigación del énfasis de la oferta hacia los factores de percepción y confianza como determinantes de la atracción internacional. Ameen et al. (2023) demostraron que los turistas internacionales evalúan un destino no solo por sus atributos físicos o culturales, sino por la seguridad que ofrece frente a riesgos logísticos, sociales e institucionales. Desde la teoría del intercambio social (Homans, 1958), la decisión de visita es una valoración racional en la que los turistas optan por destinos donde la confianza y la accesibilidad superan los riesgos percibidos. Un entorno con alta informalidad reduce los beneficios esperados del viaje al generar incertidumbre sobre la calidad de los servicios.

Jebbouri et al. (2022) añaden que las experiencias de otros viajeros funcionan como mecanismos de validación social que reducen la incertidumbre, pero este mecanismo es de

doble filo: una experiencia negativa asociada a servicios informales puede transferir desconfianza al destino completo, afectando incluso a los operadores formales que no tuvieron participación en el incidente.

En este estudio, la atracción de turistas se define como la decisión deliberada de un visitante internacional de desplazarse al Quindío, fundamentada en la confianza percibida en la estructura de servicios del destino y la coherencia entre su imagen proyectada y las condiciones reales de su oferta turística (Ameen et al., 2023; Pike, 2014). Esta definición incorpora tres dimensiones sucesivas: el interés declarado, la intención de visita y la probabilidad de que esa intención se materialice en un desplazamiento efectivo (Abror et al., 2021).

### **2.3 Confianza en la oferta del sector turístico**

La confianza en la oferta del sector turístico se refiere a la percepción que tiene el visitante sobre el grado en que los prestadores de servicios guías, transportadores, alojamientos, comerciantes actúan con transparencia, honestidad y apego a normas éticas comunes (Çakmak & Çenesiz, 2022). Esta variable es de gran impacto en el destino: cuando es alta, reduce la incertidumbre del turista y facilita la toma de decisiones; cuando es baja, incrementa la preocupación del viaje y desincentiva la visita, especialmente en turistas internacionales que carecen de redes locales de referencia (Abror et al., 2021).

La literatura sobre determinantes de la confianza en destinos turísticos señala que esta no depende únicamente de experiencias directas del visitante, sino también de señales institucionales y sociales que preceden al viaje (Forgas et al., citados en estudios de confianza

en destinos). Certificaciones, registros oficiales, reseñas verificadas y mecanismos formales de reclamación funcionan como señales de confiabilidad que reducen la percepción de riesgo antes del desplazamiento. En ausencia de estas señales como ocurre en entornos con alta informalidad el turista internacional sustituye la confianza institucional por mecanismos informales como las recomendaciones personales o las reseñas en plataformas digitales, lo que paradójicamente puede ampliar el alcance de mercado de los operadores no regulados (Jebbouri et al., 2022).

Investigaciones sobre política pública en turismo han señalado que la confianza en el sector funciona como un bien público que requiere de coordinación institucional para sostenerse: cuando los actores perciben que el sistema formal no ofrece ventajas diferenciales sobre operar de manera independiente, se produce una erosión progresiva de la confianza que lleva el flujo económico hacia circuitos no regulados (Damayanti et al., 2018). Esto en destinos donde la supervisión institucional es percibida como débil o ineficaz es importante, ya que es una característica de varios municipios turísticos del Quindío según los hallazgos preliminares de esta investigación.

En este estudio, la confianza en la oferta del sector turístico se operacionaliza como la percepción del visitante sobre la coherencia, honestidad y cumplimiento normativo de los prestadores de servicios turísticos del destino, medida a través de escalas Likert aplicadas durante y después de la experiencia de visita (Ameen et al., 2023; Abror et al., 2021).

#### **2.4 Percepción de seguridad del turista**

La percepción de seguridad constituye uno de los factores más determinantes en la oferta del sector turista, actuando como filtro en el proceso de decisión de visita y como regulador de la experiencia (Ameen et al., 2023). Xie et al. (2021), citados en múltiples

estudios posteriores, propusieron que la percepción de seguridad en un destino es un constructo multidimensional compuesto por cinco subdimensiones: la seguridad asociada a los elementos humanos, a las instalaciones y equipamientos, al entorno natural, al entorno social y a los mecanismos de gestión institucional. Esta contextualización es importante para el presente estudio porque permite distinguir entre formas de inseguridad percibida ligadas directamente a la informalidad como la ausencia de supervisión institucional o la falta de acreditación de prestadores de servicios y otras formas de riesgo ajenas a ella.

La literatura reciente ha confirmado que incluso una percepción de inseguridad no necesariamente asociada a amenazas físicas directas puede comprometer la intención de visita. Investigaciones sobre la oferta turística en contextos de riesgo han documentado que los turistas tienden a modificar sus planes cuando perciben falta de control institucional en el destino, independientemente de si han experimentado un incidente real (Zou, 2023, citado en estudios de riesgo turístico). Esto es coherente con lo planteado por la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991): la intención de visita emerge cuando el individuo percibe capacidad de gestionar los elementos del entorno, y se inhibe cuando esa percepción de control se ve amenazada.

Un hallazgo especial para este estudio proviene de la investigación de Musavengane et al. (2020), quienes documentaron que incluso destinos con alto potencial turístico e infraestructura desarrollada pueden fracasar en atraer visitantes si son percibidos como inseguros. Esta conclusión refuerza la hipótesis de que la informalidad, en la medida en que genera señales de descontrol institucional, puede operar como un factor inhibitorio de la atracción turística internacional incluso antes de que se produzca una experiencia negativa real. La seguridad no es solo una condición objetiva del destino, sino una construcción subjetiva que el turista elabora a partir de señales visibles del entorno, entre ellas la presencia

de servicios no regulados, la ausencia de certificaciones y la falta de mecanismos formales de reclamación.

En este estudio, la percepción de seguridad del turista se define como la evaluación subjetiva que realiza el visitante sobre su integridad física, patrimonial e institucional durante su estadía en el destino, con base en las señales de orden, control y confiabilidad que percibe en el entorno (Ameen et al., 2023; Xie et al., 2021).

## **2.5 Hipótesis de la investigación**

La literatura ha establecido que la capacidad de un destino para atraer turistas internacionales no depende únicamente de la riqueza de sus recursos naturales o culturales, sino de la capacidad del sistema turístico para comunicar confianza, orden y predictibilidad a los visitantes potenciales (Hankinson, 2009; Blain et al., 2005). En este marco, la informalidad turística emerge como una variable que afecta simultáneamente la confianza del turista en los prestadores de servicios, su percepción de seguridad institucional y, en consecuencia, su decisión de visitar el destino (Damayanti et al., 2018; Ameen et al., 2023). Cuando las prácticas no reguladas son predominantes en servicios como transporte, alojamiento o guianza, los visitantes internacionales experimentan un incremento en la incertidumbre operativa que condiciona negativamente su evaluación del destino, incluso antes de que se produzca una experiencia negativa real (Çakmak & Çenesiz, 2022).

Desde la teoría del intercambio social (Homans, 1958) y la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991), los turistas internacionales toman decisiones de visita evaluando racionalmente los beneficios esperados frente a los riesgos percibidos del entorno. Cuando la

informalidad es visible y predominante, esta evaluación tiende a ser desfavorable: el turista interpreta la ausencia de regulación como una señal de descontrol institucional que incrementa su incertidumbre y reduce su disposición a desplazarse (Ameen et al., 2023). Esto se ve afectado a través de variables mediadoras como la confianza en el sector y la percepción de seguridad, que actúan como medidores de las condiciones del destino y la decisión final del visitante (Abror et al., 2021; Jebbouri et al., 2022).

La confianza y la percepción de seguridad no son simplemente consecuencias de la informalidad, sino que funcionan como mecanismos a través de los cuales esta se traduce en decisiones concretas de los visitantes. Jebbouri et al. (2022) documentaron que incluso experiencias positivas previas pueden verse opacadas cuando el turista identifica retrospectivamente señales de desorganización institucional en el destino, lo que sugiere que el daño reputacional de la informalidad puede manifestarse con rezago y de forma difícil de revertir. En este sentido, la relación entre informalidad y atracción turística no es lineal ni inmediata, sino que opera a través de un proceso evaluativo acumulativo en el que la confianza y la seguridad percibida funcionan como variables mediadoras que amplifican o amortiguan su efecto final sobre la decisión de visita.

### ***2.5.1 Relación entre nivel de informalidad y Atracción de turistas***

La literatura más reciente ha demostrado que lo que hace que un destino sea capaz de atraer a turistas de otros países no es únicamente la cantidad de servicios disponibles, sino también el grado de confianza institucional que esos servicios comunican durante el proceso de decisión y consumo turístico (Ameen et al., 2023). Según Damayanti et al. (2018), si un destino exhibe una informalidad elevada, lo cual se caracteriza por la existencia de

alojamientos no regulados, operadores turísticos sin licencia o redes paralelas de transporte y comercio, los visitantes sienten que hay una falta de control del estado y que los riesgos vinculados a su visita aumentan. Este tipo de contextos genera incertidumbre sobre la calidad, la seguridad y la responsabilidad legal del servicio adquirido, lo cual conduce a una evaluación negativa del destino, incluso antes del desplazamiento físico (Çakmak et al., 2022). La informalidad no solo es vista como un rasgo económico, sino también como una señal simbólica de cuán organizada y protegida está la sociedad, lo que el visitante puede prever al entrar al territorio. Por lo tanto, a medida que las prácticas no reguladas en el destino son más evidentes, disminuye la voluntad del viajero de asumir el viaje porque la percepción del riesgo es mayor que los beneficios esperados de viajar.

Asimismo, varias investigaciones han evidenciado que los turistas internacionales, debido a la falta de conocimiento local y de redes confiables en el lugar de destino, se apoyan en gran medida en señales de regulación formal, como registros oficiales, certificaciones o procedimientos institucionales para presentar reclamaciones con el fin de disminuir su sensación de vulnerabilidad durante su estadía (Abror et al., 2021). Si no se dispone de estas señales, el viajero comprende que su seguridad depende solamente de su criterio individual, lo que incrementa la carga cognitiva del viaje y hace que el destino sea menos atractivo en comparación con otros competidores que cuentan con estructuras más ordenadas (Jebbouri et al., 2022). De este modo, la informalidad funciona como un filtro mental que influye en la intención de ir a un sitio incluso antes de entrar en contacto con el ambiente real. Las localidades que posibilitan que la oferta informal predomina en los canales de acceso acaban, sin querer, relegando al viajero foráneo a mercados más normalizados, en los que el cumplimiento normativo y la previsibilidad se transforman en activos. En consecuencia, se expone la primera hipótesis de la investigación:

H1. El nivel de informalidad turística en el Quindío tiene un efecto directo sobre la atracción de turistas extranjeros al destino.

### ***2.5.2 Relación entre nivel de informalidad y confianza en la oferta del sector***

La certeza en la conducta del sector turístico se ha establecido como un componente fundamental para asegurar que los destinos sean sostenibles a nivel operativo. Los turistas se sienten motivados a formalizar cuando perciben que los prestadores de servicios como guías, transportadores, comerciantes y alojamientos actúan con transparencia y cumplimiento de normas éticas. Esto crea un círculo de legitimación en el cual los participantes locales estiman que es beneficioso alinearse con estándares comunes de servicio (Ameen et al., 2023). Por otra parte, si la confianza se ve afectada a raíz de experiencias anteriores de desprecio comercial, falta de profesionalidad o incumplimientos sistemáticos en el servicio, tanto los habitantes como los forasteros empiezan a utilizar redes paralelas para realizar transacciones, fuera de los mecanismos institucionales establecidos (Abror et al., 2021). En esta línea, la informalidad no se origina sólo debido a deficiencias económicas o regulatorias, sino que también es una reacción adaptativa ante un escepticismo en los participantes del sistema turístico. En este contexto, la falta de normas confiables lleva a los usuarios a actuar con base en lógicas privadas y no verificables. Por lo tanto, la pérdida de confianza no solo impacta en la manera en que se percibe el destino, sino que también cambia los canales de oferta y consumo de forma directa, llevando el flujo económico a circuitos no regulados.

Este argumento se fortalece en situaciones donde la supervisión institucional es vista como ineficaz o débil, porque los turistas suponen que las regulaciones formales no aseguran que los proveedores tengan comportamientos confiables. Esto promueve vínculos fundamentados en acuerdos informales y personales (Jebbouri et al., 2022). Asimismo, los

proveedores locales implementan prácticas flexibles o aleatorias, eludiendo los procesos de registro oficial porque creen que el sistema formal no les brinda ventajas palpables o diferenciales en comparación con operar independientemente (Damayanti et al., 2018). En tales circunstancias, la informalidad surge como un resultado directo de la pérdida de confianza, estableciéndose como una opción funcional en vez de ser considerada solamente como irregularidad. Por lo tanto, si los turistas no confían en la conducta institucionalizada del sector, se inclinan por recurrir a contactos personales, sugerencias no verificadas o proveedores sin acreditación, lo que contribuye al aumento del mercado paralelo. De acuerdo con esta lógica, la confianza funciona como un regulador invisible que determina si el flujo de la economía se mueve por vías formales o se dispersa en estructuras informales. Por ende, se expone la segunda hipótesis de la investigación:

H2. El nivel de informalidad turística en el Quindío disminuye la confianza del turista en la oferta del sector.

### ***2.5.3 Relación entre nivel de la informalidad y la percepción de seguridad***

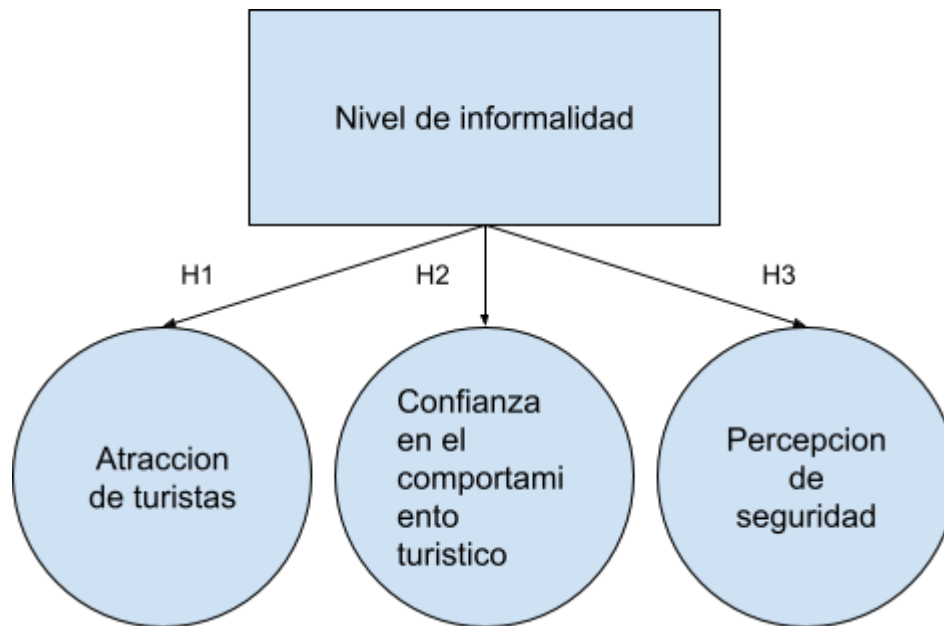
La percepción de seguridad del turista está directamente condicionada por las señales institucionales que el destino proyecta durante la experiencia de visita. Cuando la informalidad es visible y predominante, el visitante interpreta la ausencia de regulación como una señal de descontrol institucional que incrementa su sensación de vulnerabilidad, independientemente de si ha experimentado un incidente real (Ameen et al., 2023). En este sentido, la informalidad no opera únicamente como un fenómeno económico sino como un indicador simbólico del grado de organización y protección que el destino ofrece al visitante,

lo que condiciona su evaluación de seguridad desde antes del desplazamiento físico (Xie et al., 2021).

La literatura ha documentado que los turistas internacionales, al carecer de redes locales de referencia, dependen en mayor medida de señales formales del entorno —certificaciones, registros oficiales, presencia institucional— para construir su percepción de seguridad (Abror et al., 2021). Cuando estas señales están ausentes o son poco visibles, como ocurre en entornos con alta informalidad, el turista percibe un entorno menos predecible y más expuesto a riesgos, lo que afecta directamente su evaluación del destino. Musavengane et al. (2020) confirmaron que incluso destinos con alto potencial turístico pueden fracasar en atraer visitantes cuando la percepción de descontrol institucional supera un umbral crítico de tolerancia, sugiriendo que la relación entre informalidad y seguridad percibida puede volverse especialmente dañina en etapas de crecimiento acelerado de la oferta no regulada.

En el contexto del Quindío, donde la informalidad se concentra precisamente en los municipios de mayor flujo turístico y en los servicios de mayor consumo durante la visita, el riesgo de que la presencia de prácticas no reguladas se traduzca en señales negativas de seguridad para el visitante internacional es elevado. Por ende, se plantea la tercera hipótesis del estudio:

H3. El nivel de informalidad turística en el Quindío reduce la percepción de seguridad del turista durante su visita.



### 3. Metodología de la investigación

#### 3.1 Tipo y diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es de corte transversal, dado que las variables se observan en su contexto natural sin ningún tipo de manipulación, y la recolección de información se realizó durante la temporada turística de 2026 en los municipios de Salento y Filandia.

El alcance del estudio es correlacional-explicativo: busca identificar el grado de asociación entre el nivel de informalidad turística y las variables del modelo percepción de seguridad y confianza en el sector y comprender los mecanismos a través de los cuales esa

asociación afecta la atracción de turistas extranjeros. Este alcance es coherente con el enfoque mixto de la investigación, ya que los resultados cuantitativos de las encuestas y los hallazgos cualitativos de las entrevistas se complementan para ofrecer una comprensión más completa.

La unidad de análisis principal son los turistas nacionales e internacionales que visitaban el departamento durante el período de recolección. De forma complementaria, el componente cualitativo incorpora actores del ecosistema turístico local operadores, trabajadores del sector, vendedores y residentes cuyas perspectivas permiten triangular y enriquecer los hallazgos cuantitativos.

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

La investigación adoptó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos con el fin de capturar tanto la magnitud como el significado del fenómeno estudiado. Esta responde a la naturaleza de la informalidad turística, que no puede ser comprendida únicamente a través de indicadores estadísticos ni exclusivamente desde las percepciones y experiencias de los actores involucrados (Hernández-Sampieri et al., 2014).

El componente cuantitativo se instrumentalizó mediante encuestas estructuradas aplicadas a turistas en los municipios de Salento y Filandia, utilizando escalas de tipo Likert para medir las cuatro variables del modelo: nivel de informalidad percibida, atracción de turistas, percepción de seguridad y confianza en el sector turístico. Los datos obtenidos fueron analizados mediante estadística descriptiva y regresión lineal simple, lo que permitió identificar correlaciones y establecer el grado de asociación entre las variables.

El componente cualitativo se desarrolló mediante siete entrevistas semiestructuradas realizadas a actores con roles distintos dentro del ecosistema turístico del Quindío,

incluyendo operadores formales, trabajadores del sector comercial, vendedores ambulantes, residentes y turistas. Este componente no busca representatividad estadística sino profundidad interpretativa: su función es ilustrar, matizar y complejizar los hallazgos cuantitativos, dándoles voz y mecanismo a lo que las encuestas muestran en forma de correlaciones y distribuciones.

Ambos componentes se integran en la fase de análisis mediante triangulación, estrategia que permite contrastar y complementar los resultados de ambas fuentes para construir una interpretación más robusta y completa sobre el impacto de la informalidad turística en la atracción turística del Quindío.

### **3.3 Población y muestra**

La población de esta investigación estuvo conformada por los turistas que visitaron el departamento del Quindío durante la temporada turística de 2026, incluyendo visitantes nacionales e internacionales. Dado que no existe un registro oficial del número exacto de turistas que transitan por Salento y Filandia en un período determinado, la población se considera de tamaño desconocido, lo que orientó la estrategia hacia un muestreo no probabilístico por conveniencia (Hernández-Sampieri et al., 2014). La muestra final estuvo compuesta por 208 turistas encuestados de ambos municipios a través de códigos QR, con una composición del 64% nacional y 36% internacional, proveniente principalmente de España, Francia, Estados Unidos y Canadá, y una distribución generacional aproximadamente uniforme entre los rangos de 18 a 60 años.

Para el componente cualitativo, la muestra estuvo compuesta por siete actores del ecosistema turístico del Quindío, seleccionados mediante muestreo intencional por perfiles: un vendedor ambulante, una empresaria con operación formal de café y hotel, una trabajadora del sector comercial, una residente activa en el turismo local, dos turistas nacionales y un turista extranjero de primera visita. Se reconoce como limitación metodológica que siete entrevistas constituyen una muestra reducida, por lo que los hallazgos cualitativos deben interpretarse como una capa explicativa que complementa la evidencia cuantitativa y no como resultados generalizables de forma independiente.

*Tabla 3*

*Entrevistas Cualitativas*

<b>Nombre</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Fecha de entrevista</b>
Ulises	Vendedor ambulante	1 de abril de 2025
Claudia	Empresaria — café y hotel	1 de abril de 2025
Diana	Trabajadora del sector comercial	2 de abril de 2025

Laura	Habitante y participante activa del turismo local	3 de abril de 2025
María Paula	Turista nacional	4 de abril de 2025
Andrés	Turista nacional	4 de abril de 2025
Thomas Lefevre.	Turista internacional	5 de abril de 2025

*Nota. Elaboración propia*

Los entrevistados mostrados en la tabla 3 cumplen una función esencial dentro del componente cualitativo de la investigación. En primer lugar, muestra transparencia al proceso de recolección de información, permitiendo al lector identificar con claridad quiénes fueron los actores consultados, desde qué rol participaron y en qué momento se realizó cada entrevista. En segundo lugar, Los siete actores seleccionados representan los roles más claves del turístico del Quindío, cubriendo tanto la oferta como la demanda y tanto la formalidad como la informalidad: un vendedor ambulante parcialmente formalizado, una empresaria formal, una trabajadora del sector comercial y una residente activa permiten capturar la informalidad desde adentro, mientras que dos turistas nacionales y un turista extranjero aportan la perspectiva del visitante que es precisamente la variable dependiente del estudio. Estos perfiles permiten que los hallazgos cualitativos vengan de varias perspectivas que

enriquecen lo que los datos cuantitativos muestran en forma de correlaciones y distribuciones. Finalmente, la distribución de las entrevistas entre el 1 y el 5 de abril de 2025 confirma que fueron realizadas durante la temporada de Semana Santa, período de mayor flujo turístico en la región, lo que refuerza la pertinencia y oportunidad del momento de recolección.

### **3.4 Instrumentos de recolección de información**

Para la recolección de información se utilizaron dos técnicas complementarias acordes con el enfoque mixto de la investigación. En primer lugar, se diseñó una encuesta estructurada dirigida a turistas que visitaban el departamento del Quindío, compuesta por preguntas cerradas con escalas de tipo Likert de cinco puntos que medían las cuatro variables del modelo: nivel de informalidad percibida, atracción de turistas, confianza en la oferta del sector turístico y percepción de seguridad. El instrumento fue distribuido mediante códigos QR, lo que facilitó el acceso de los turistas al cuestionario durante su visita sin interrumpir su experiencia.

En segundo lugar, se realizaron siete entrevistas semiestructuradas con actores clave del ecosistema turístico del Quindío. Este tipo de entrevista permite mantener un hilo conductor temático definido por las variables del modelo, al tiempo que otorga flexibilidad suficiente para que los entrevistados introduzcan matices, experiencias y perspectivas que un instrumento cerrado no podría capturar. Las entrevistas se llevaron a cabo durante y en torno a la temporada de Semana Santa de 2026, período de mayor flujo turístico en la región, y fueron registradas y transcritas para su posterior análisis temático. La combinación de ambas técnicas permitió abordar el fenómeno de la informalidad turística desde sus dimensiones

cuantificables y desde su dimensión vivida, garantizando una comprensión más integral del problema de investigación.

### **3.5 Procedimientos**

El procesamiento de los datos se realizó de forma diferenciada según el componente metodológico. Para el componente cuantitativo, los datos obtenidos a través de las encuestas fueron organizados en una base de datos, sobre la cual se aplicaron análisis estadísticos descriptivos y de distribuciones para caracterizar las percepciones de los turistas frente a cada variable. Posteriormente, se realizaron análisis de regresión lineal simple y correlaciones de Pearson para evaluar el grado y la dirección de la asociación entre el nivel de informalidad percibida y las variables dependientes, determinando la significancia estadística de cada relación mediante el valor  $p$  y el coeficiente de determinación  $R^2$ . Aunque las escalas Likert de cinco puntos son técnicamente de naturaleza ordinal, su tratamiento como variables está respaldado en la literatura de investigación social y turística cuando el tamaño muestral es suficientemente grande, como ocurre en este estudio con  $n=208$ , lo que valida el uso de los métodos estadísticos aplicados.

Para el componente cualitativo, las entrevistas semiestructuradas fueron transcritas y sometidas a un análisis de texto y nube de palabras, técnica que permite identificar de forma visual y sistemática los términos, conceptos y patrones discursivos más frecuentes en los testimonios de los actores entrevistados. Con el fin de mantener coherencia con los objetivos de la investigación, se construyeron cuatro nubes de palabras diferenciadas, cada una asociada a un objetivo específico del estudio: la primera orientada a identificar las expresiones asociadas al nivel de informalidad turística en sus dimensiones; la segunda

enfocada en los términos vinculados a la atracción de turistas extranjeros, la confianza en el sector y la percepción de seguridad como variables mediadoras de la experiencia turística; la tercera centrada en las implicaciones estratégicas de la informalidad sobre la experiencia inmediata y la reputación del destino; y la cuarta articulada en torno al objetivo general, recogiendo los conceptos transversales que conectan la informalidad turística con la atracción, la confianza y la seguridad percibida en el Quindío.

## 4. Análisis de resultados

### 4.1 Nivel de informalidad turística en el Quindío

#### 4.1.1 Resultados cuantitativos

El primer hallazgo medible del estudio confirma que la informalidad turística en el Quindío no es un fenómeno apartado sino una variable que afecta la experiencia del visitante. El 57% de los 208 encuestados declaró haber utilizado al menos un servicio no registrado durante su visita, mientras que un 24% adicional no estaba seguro de haberlo hecho. En conjunto, el 81% de los turistas tuvo contacto directo o probable con la informalidad, lo que justifica la informalidad como una problemática general.

Figura 2.

Gráfica de torta: composición de la muestra por origen



Nota: elaboración propia

Los servicios informales más utilizados fueron el transporte con 61 menciones, los souvenirs y productos de venta callejera con 59, las actividades turísticas con 51 y las guías sin licencia con 37. Esta distribución es significativa porque corresponde exactamente a los

servicios de mayor consumo general durante una visita turística, lo que demuestra que la informalidad no opera en un solo segmento de la oferta.

El turista que visita el Quindío difícilmente puede evitar el contacto con servicios no regulados, no porque los busque deliberadamente, sino porque forman parte del ecosistema turístico cotidiano del departamento.

Figura 3.

Gráfica de torta: uso de servicios informales

■ Sí usó (57%) ■ No seguro (24%) ■ No usó (19%)

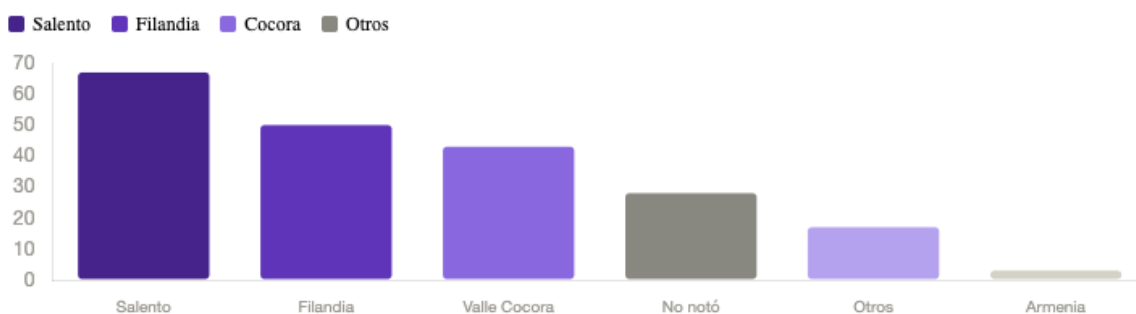


Nota: elaboración propia

En términos geográficos, Salento concentra el 32% de las menciones de informalidad percibida, seguido de Filandia con el 24% y el Valle del Cocora con el 21%. La capital Armenia prácticamente no aparece en los registros. Esta concentración en los municipios de mayor atractivo natural es coherente con la dinámica del mercado: donde hay mayor flujo turístico, hay mayor oferta informal que intenta capturarlos. El canal de acceso a los servicios refuerza esta lectura: el 30% de los turistas reservó por recomendación de amigos o locales, el 24% a través de plataformas digitales y el 21% por redes sociales. En conjunto, el 75% accedió a servicios sin intermediación de una agencia formal, configurando un ecosistema donde la oferta no regulada circula con alta fluidez y escasa visibilidad institucional.

Figura 4.

Gráfica de Barras: Distribución geográfica de la informalidad percibida por municipio



Nota: elaboración propia

Desde la perspectiva del turista podemos ver como la escala Likert de visibilidad de la informalidad registró una media de 3.39 sobre 5. El 40.4% de los encuestados se ubicó en el valor central de 3, el 17.3% en 4 y el 24% en 5, lo que significa que el 81.7% percibe la informalidad en un nivel al menos moderado. Solo el 18.3% la calificó en los valores bajos de 1 o 2. Este resultado establece el punto de partida del modelo: la informalidad en el Quindío es visible y reconocible para la gran mayoría de quienes visitan el destino, independientemente de su origen nacional o internacional.

Figura 5.

Gráfica de Barras: Escala Likert de visibilidad de la informalidad (1 a 5)



Nota: elaboración propia

#### ***4.1.2 Resultados cualitativos***

Los hallazgos cualitativos enriquecen lo que los datos cuantitativos revelan en forma de porcentajes y distribuciones. El análisis de las entrevistas confirma que ninguno de los actores, independientemente de su rol, percibe la informalidad como un fenómeno aislado o excepcional.

Claudia, empresaria formal con café y hotel en el Quindío, describe el mecanismo con precisión técnica: muchas casas y hostales se amparan en vacíos legales para no registrarse en Cámara de Comercio ni pagar industria y comercio, operando principalmente a través de plataformas como Airbnb. Este testimonio ilustra la dimensión digitalizada de la informalidad: las plataformas no solo facilitan la transacción sino que otorgan una capa de legitimidad aparente que permite a los operadores informales acceder al mercado sin pasar por los canales regulatorios tradicionales.

Diana, trabajadora del sector comercial con nueve años de experiencia en Salento, señala que la informalidad predomina especialmente en el sector de restaurantes, donde la alta rotación de personal hace que gran parte de los empleados operen sin contratos formales. Esta observación añade una dimensión laboral a la informalidad que las encuestas no podían capturar: la informalidad no se limita a la oferta de servicios turísticos, sino que se extiende a las condiciones de empleo de quienes los prestan.

Un caso especialmente revelador es el de Ulises, vendedor ambulante con 27 años de trayectoria. Su situación ilustra una forma híbrida de informalidad: opera en la calle vendiendo productos de fabricación propia, pero está registrado en la alcaldía y paga un impuesto mensual. Describe además que existe un sistema de prioridad para los vendedores locales. Esta figura de informalidad parcialmente formalizada sugiere que la frontera entre lo

formal y lo informal no es binaria en el Quindío, sino un espectro con distintos grados de institucionalización, lo que obliga a leer la variable con más matices que los que una escala Likert puede capturar.

La nube de palabras correspondiente a este objetivo refleja visualmente esta complejidad: los términos dominantes son informalidad, vendedores, Airbnb, registro y plataformas, lo que confirma que los actores del ecosistema turístico asocian la informalidad principalmente con la oferta de alojamiento digital no regulado y con el comercio ambulante, las dos expresiones más visibles del fenómeno en el departamento.

*Figura .6*

*Nube de palabras respuestas sobre informalidad.*



*Nota: elaboración propia con IA*

## **4.2 Efecto de la informalidad turística sobre la confianza y la percepción de seguridad.**

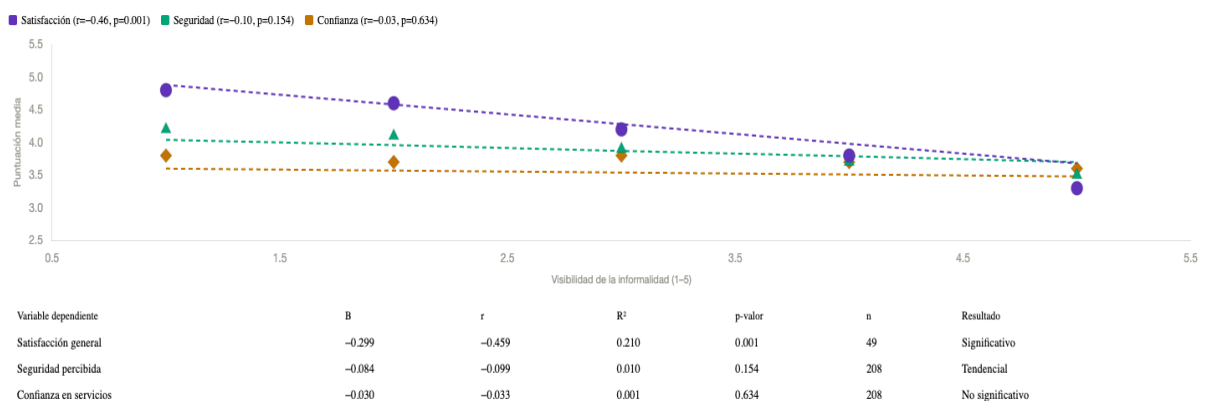
### **4.2.1 Resultados cuantitativos**

El análisis cuantitativo de este objetivo evalúa si el nivel de informalidad percibida tiene una relación significativa con las tres variables del modelo: la confianza del turista en la oferta del sector, su percepción de seguridad durante la visita y la atracción de turistas

extranjeros, medida a través de indicadores de satisfacción general e intención de retorno y recomendación. Para ello se calcularon correlaciones de Pearson y regresiones lineales simples entre la visibilidad de la informalidad y cada una de estas dimensiones, cuyos resultados se presentan a continuación.

Figura 7.

Tabla de regresiones: satisfacción ( $r=-0.459$ ,  $p=0.001$ ), seguridad ( $r=-0.099$ ,  $p=0.154$ ), confianza ( $r=-0.033$ ,  $p=0.634$ )



Nota: elaboración propia con IA

Los resultados revelan cosas importantes en relación con las variables. En lo que respecta a la atracción de turistas extranjeros, medida a través de la satisfacción general, la regresión arroja un coeficiente  $r=-0.459$ ,  $R^2=0.210$  y  $p=0.001$ , resultado estadísticamente significativo que indica que la informalidad explica el 21% de la varianza en satisfacción: por cada punto adicional en la escala de visibilidad de la informalidad, la satisfacción del turista desciende 0.3 puntos en promedio. Esta es la relación más importante del modelo y constituye la evidencia cuantitativa más sólida del efecto de la informalidad sobre la experiencia y atracción del visitante.

En contraste, la correlación entre visibilidad de la informalidad y percepción de seguridad arroja  $r=-0.099$  y  $p=0.154$ , resultado no significativo estadísticamente. La seguridad percibida es la variable más resistente al efecto de la informalidad en los datos, con una media de 3.84 sobre 5 y el 63.9% de los encuestados puntuando en los valores 4 o 5. La lectura más probable es que en el Quindío la informalidad aún no ha alcanzado el umbral crítico en que se convierte en señal de riesgo físico para el visitante: los turistas distinguen entre servicios no regulados que perciben como parte del ambiente local y situaciones de inseguridad real.

Respecto a la confianza en el sector turístico, la correlación es igualmente negativa pero sin significancia estadística ( $r=-0.033$ ,  $p=0.634$ ). Sin embargo, este resultado no refuta H2: la ausencia de significancia se explica mejor por el nivel aún tolerable de informalidad y por un efecto techo que opera sobre la confianza, que se mantiene alta porque los turistas no han experimentado consecuencias graves del entorno no regulado. La confianza, con un 13.5% de encuestados puntuando en los valores más bajos, es la dimensión más permeable al efecto de la informalidad de las tres medidas, por encima de la seguridad que registra solo un 10.1% en valores bajos.

#### ***4.2.2 Resultados cualitativos***

El componente cualitativo aporta los mecanismos explicativos que los datos estadísticos no pueden capturar por sí solos, respondiendo al por qué detrás de las correlaciones observadas.

El hallazgo más poderoso proviene de Laura, habitante activa del municipio, quien describe un mecanismo de daño reputacional colateral que las encuestas no podían detectar:

muchos turistas priorizan el precio sin importar la formalidad del establecimiento y terminan siendo estafados, y lo más clave es que el turista suele culpar al establecimiento sin verificar si la persona que ofreció el servicio realmente trabaja allí. Este mecanismo ilustra con precisión cómo la informalidad no solo erosiona la confianza del turista afectado directamente, sino que transfiere esa desconfianza al destino completo, incluyendo a los operadores formales que no tuvieron ninguna participación en el incidente.

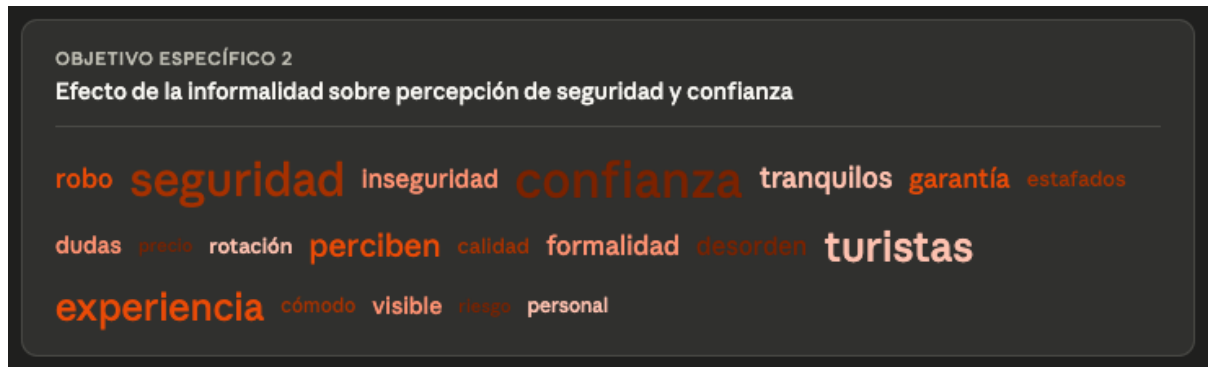
Los tres turistas entrevistados coinciden en un patrón de confianza condicional: confían mientras nada sale mal. María Paula señala que la informalidad sí puede generar algo de duda al principio, sobre todo si uno no sabe qué tan confiable es, pero que si el servicio funciona bien esa duda desaparece. Andrés lo formula de manera similar: si todo fuera más formal, uno se sentiría más seguro y más tranquilo en caso de que llegara a pasar algo. El turista extranjero replica este mismo patrón: *if everything were more clearly regulated, I would feel more secure and more relaxed, especially in case something unexpected happened.* Esto es exactamente lo que H2 describe: la confianza existe, pero es frágil y dependiente de que ningún servicio falle.

Desde la perspectiva de los operadores, Claudia señala que el turista extranjero prefiere la formalidad y llegar a establecimientos que tengan toda su documentación en regla, lo que sugiere que la confianza institucional es un factor de selección activo para el segmento internacional, aunque no siempre visible para el turista nacional que tiene mayor familiaridad con el contexto local.

La nube de palabras de este objetivo refleja esta tensión: confianza y seguridad son los términos dominantes, pero aparecen acompañados de estafados, desorden, riesgo y rotación, palabras que describen los mecanismos concretos a través de los cuales la informalidad erosiona ambas dimensiones de forma silenciosa pero sostenida.

Figura 8.

Nube de palabras respuestas visibilidad informalidad y afectacion al turista



Nota: elaboración propia con IA

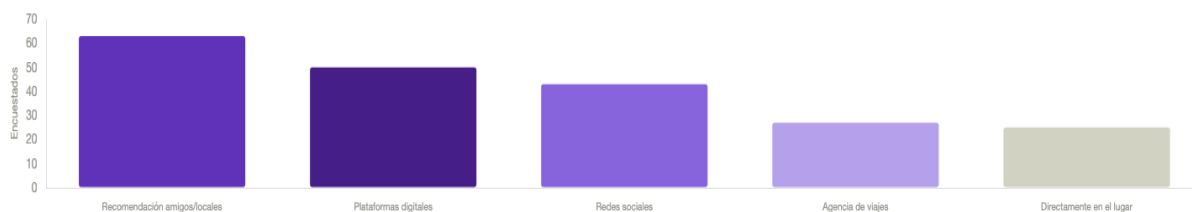
### 4.3 Efecto de la informalidad turística en la atracción de turistas al destino

#### 4.3.1 Resultados cuantitativos

Un hallazgo importante de este objetivo es que los turistas tienen simultáneamente dos conceptos distintos frente a la informalidad. En el registro experiencial, la informalidad no arruina la visita: la satisfacción general se mantiene en una media de 4.14 sobre 5, el 95.7% recomendaría el Quindío y el 86.5% volvería. En el registro evaluativo, sin embargo, el 64.4% de los encuestados considera que la informalidad afecta negativamente la imagen del destino y el 76.4% demanda más regulación. En pocas palabras, lo que realmente está afectando al Quindío como destino turístico internacional es esa diferencia entre lo que el turista vive en el momento y cómo termina evaluando su experiencia. Ese contraste se convierte en el principal problema para entender la atracción de visitantes extranjeros.

Figura 9.

Gráfica de barras: canales de acceso a servicios



Nota: elaboración propia

El canal de acceso a los servicios turísticos refuerza esta lectura. El 75% de los turistas accedió a servicios sin intermediación de una agencia formal, construyendo su experiencia mayoritariamente a través de canales informales o semiformales como recomendaciones de amigos, redes sociales y plataformas digitales. Esta estructura de acceso tiene implicaciones directas sobre la atracción: cuando el turista llega al destino a través de canales no regulados, su evaluación queda condicionada por la calidad de ese servicio informal, sin que exista un marco institucional que garantice estándares mínimos ni mecanismos de reclamación en caso de falla, lo que fragiliza la intención de retorno y recomendación a largo plazo.

#### 4.3.2 Resultados cualitativos

El componente cualitativo aporta la dimensión estratégica que los datos cuantitativos no obtienen, pero no pueden explicar en profundidad, revelando los mecanismos concretos a través de los cuales la informalidad compromete la reputación e imagen del destino a largo plazo.

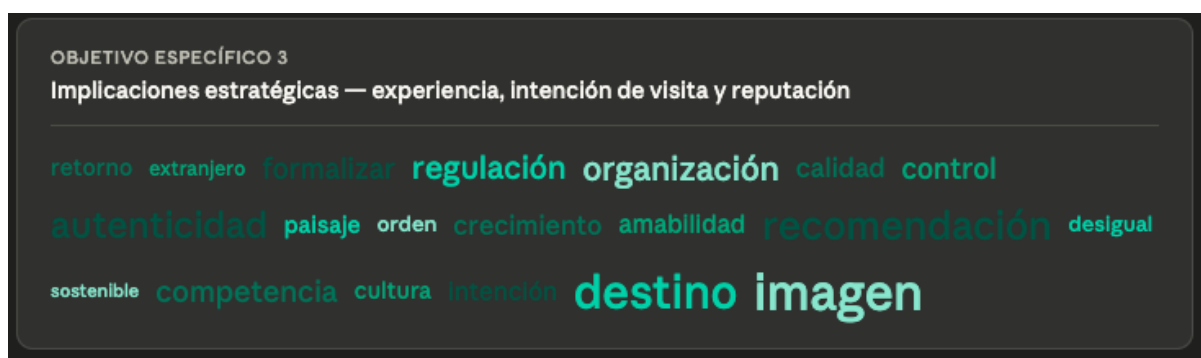
El patrón más consistente entre los turistas entrevistados es que la informalidad pasa desapercibida cuando el servicio funciona bien, pero deja una huella evaluativa negativa que emerge cuando se les pide reflexionar sobre el destino en términos globales. María Paula lo expresa con claridad: aunque la experiencia sea buena, uno puede sentir que falta más organización o control, y eso puede influir en cómo ve el destino en general. Andrés coincide: es como una sensación de que todo está bien, pero podría estar mejor organizado. El turista extranjero añade: *in the long term, it could become more important as tourism grows having clearer standards might help maintain quality and attract more international visitors*. Estos tres testimonios convergen en una misma conclusión: la informalidad no destruye la experiencia inmediata, pero sí afecta silenciosamente la imagen del destino, que es precisamente un componente para atraer al turista internacional de mayor gasto promedio y mayores exigencias de calidad certificada.

Desde la perspectiva de los operadores, Laura describe el mecanismo de daño reputacional con mayor precisión: la informalidad genera un efecto de contaminación institucional en el que los errores de los operadores no registrados se transfieren a la imagen del destino completo. Claudia, por su parte, señala que las acciones necesarias deben provenir del gobierno, como bajar impuestos e incentivar al empresario, lo que revela que los operadores formales perciben la formalización no solo como una obligación regulatoria sino como una condición que el Estado debe facilitar activamente. Diana añade que la informalidad surge por los altos costos de impuestos y arrendamientos, elevados por el gran flujo turístico, lo que sugiere que la informalidad es en parte una respuesta racional de los pequeños empresarios ante un entorno de costos que la formalidad hace inviable.

La nube de palabras de este objetivo refleja esta complejidad estratégica: imagen, destino, recomendación y regulación son los términos dominantes, acompañados de autenticidad y organización, lo que confirma que los actores del ecosistema turístico entienden la tensión central del problema cómo regular sin perder lo auténtico como el desafío estratégico para un futuro del Quindío como destino que tiene buena atracción de turistas.

Figura 10.

Nube de palabras implicaciones estratégicas de la informalidad



Nota: elaboración propia con IA

## 5. Discusión de los resultados

### 5.1 La informalidad como parte central del turismo

Los resultados de esta investigación confirman y amplían lo planteado por Damayanti et al. (2018), quienes sostienen que la informalidad en destinos turísticos emergentes es una problemática creciente, esto se demuestra en el quindío donde el destino ha crecido con la informalidad y gracias a ella. La autenticidad que los turistas valoran, la flexibilidad de precios que amplía el acceso al destino y la cercanía cultural que distingue al Quindío de otros destinos más estandarizados son, en buena medida, producto de las mismas condiciones

informales que hoy se identifican como un problema. Esto no significa que la informalidad deba protegerse, sino que cualquier estrategia de formalización que ignore esta realidad está condenada a fracasar o a destruir precisamente lo que hace atractivo al destino. Esto es coherente con lo documentado por Çakmak y Çenesiz (2022), quienes señalan que en destinos con regulación débil la informalidad no compite con la oferta formal desde los márgenes, sino que la permea y se convierte en su expresión dominante.

Una implicación de este estudio es el tipo de informalidad híbrida ilustrada por el caso de Ulises, vendedor ambulante registrado en la alcaldía y con sistema de prioridad local. Esta figura sugiere que la frontera entre formalidad e informalidad en el Quindío tiene varios niveles y aspectos, lo que coincide con lo propuesto por Damayanti et al. (2018) sobre la existencia de zonas grises en la economía informal turística que los marcos regulatorios tradicionales no logran capturar con precisión.

La concentración geográfica de la informalidad en Salento, Filandia y el Valle del Cocora, en contraste con la práctica ausencia del fenómeno en Armenia, es igualmente coherente con la literatura sobre turistificación y economía informal. Quijano et al. (2022) documentaron que la informalidad tiende a concentrarse en los puntos de mayor flujo turístico, donde la demanda supera la capacidad regulatoria de las instituciones locales y donde los incentivos económicos para operar fuera del marco formal son más altos. En el Quindío, esta dinámica se ve amplificada por la escasez de funcionarios de inspección y control señalada por el Ministerio de Turismo, que limita estructuralmente la capacidad del Estado para supervisar una oferta turística en rápida expansión.

## 5.2 La informalidad y sus efectos sobre la atracción de turistas extranjeros

El hallazgo más destacado de esta investigación desde una perspectiva de atracción turística internacional es la diferencia entre la experiencia inmediata del turista y su opinión sobre el destino. Ameen et al. (2023) y Abror et al. (2021) habían señalado que la informalidad genera incertidumbre y reduce la intención de visita, pero sus modelos asumen una relación más directa entre informalidad percibida y experiencia negativa. Los resultados del Quindío muestran esta relación: la informalidad afecta la satisfacción ( $r=-0.459$ ,  $p=0.001$ ), pero no alcanza a comprometer la intención de visita ni la recomendación del destino en el nivel actual de informalidad, lo que sugiere que el daño sobre la atracción de turistas no es muy alta pero puede llegarse a afectar con el tiempo.

La explicación de este problema se ve mejor en los testimonios cualitativos. Los tres turistas entrevistados coinciden en que la informalidad pasa desapercibida cuando el servicio funciona dentro de sus expectativas, lo que es coherente con lo planteado por la teoría del intercambio social (Homans, 1958): el turista evalúa su experiencia en función de si los beneficios percibidos superaron los costos asumidos, y cuando esto ocurre, la condición formal o informal del servicio pasa a un segundo plano para el turista. Sin embargo, cuando se le solicita una opinión del destino, el mismo turista identifica la informalidad como un problema que afecta su percepción del Quindío como destino organizado y confiable.

Esto tiene implicaciones directas sobre la atracción de turistas que la literatura aún no había identificado con claridad en destinos latinoamericanos. Jebbouri et al. (2022) documentaron que las experiencias negativas compartidas por otros viajeros actúan como señales de alerta que inhiben la intención de visita de turistas potenciales. En el Quindío, el riesgo no proviene de experiencias negativas ya que la satisfacción media de 4.14 sobre 5 descarta ese escenario sino de la acumulación de pequeños malos momentos, que aunque no

destruyen la experiencia individual, se traducen en reseñas y recomendaciones que posicionan al destino como desorganizado o poco confiable, reduciendo progresivamente su capacidad para atraer al turista extranjero de mayor gasto promedio y mayores exigencias.

### **5.3 Confianza y seguridad como variables**

Los resultados cuantitativos presentan un hallazgo que requiere interpretación cuidadosa: aunque H2 y H3 plantean que la informalidad afecta la confianza y la percepción de seguridad, ninguna de las dos correlaciones mostró una relación alta. Esto no rechaza las hipótesis, da una prueba de que la informalidad en el Quindío aún no ha alcanzado un nivel tan alto, para que esta se convierta en señal de riesgo para el visitante. Abror et al. (2021) señalan que la relación entre informalidad y confianza está mediada por el valor percibido y factores socioculturales, lo que implica que esta relación no es lineal ni directa y depende muchas veces de cada persona.

El componente cualitativo revela que aunque las variables de confianza y seguridad no se ven tan afectadas en las encuestas, su consecuencia negativa es real. Los tres turistas entrevistados expresan una confianza explícitamente condicional: confían mientras nada sale mal. Esta condición es lo que H2 describe, y que el nivel actual de informalidad todavía no ha detonado masivamente pero existe como riesgo.

La implicación estratégica es clara: que confianza y seguridad no se vean estadísticamente comprometidas hoy no significa que el destino está a salvo, sino que está cerca del límite de su zona de tolerancia. En un contexto de crecimiento acelerado de la informalidad, con un aumento estimado del 40% en 2027, el riesgo de cruzar ese umbral es real y creciente. Sus consecuencias sobre la confianza y seguridad del turista podrían

manifestarse de forma rápida e irreversible si no se adoptan medidas antes de que el daño sea visible en los indicadores de atracción de turistas.

## **6. Conclusión e implicaciones**

### **6.1 Conclusiones generales**

Esta investigación concluye que la informalidad turística en el Quindío afecta la atracción de turistas internacionales, pero no de forma directa e inmediata sino a través de un proceso lento que va afectando la reputación del destino. El argumento principal es que los turistas desde dos perspectivas de la informalidad, en la experiencia toleran la informalidad y mantienen una satisfacción media de 4.14 sobre 5, pero en la evaluación el 64.4% reconoce que afecta negativamente la imagen del destino y el 76.4% demanda más regulación. Estos datos son la muestra de por qué la informalidad compromete la atracción de turistas sin afectar la experiencia inmediata del visitante.

Esta investigación alcanzó su objetivo general de analizar de qué manera el nivel de informalidad turística en el departamento del Quindío afecta la atracción de turistas, la confianza en el sector y la percepción de seguridad del visitante, a través de una metodología mixta. Los resultados permiten afirmar que la informalidad afecta las tres variables del modelo, aunque con intensidades y mecanismos distintos: su efecto sobre la satisfacción es estadísticamente significativo, su impacto sobre la confianza y la seguridad opera de forma latente y condicional, y su influencia sobre la atracción de turistas extranjeros se manifiesta principalmente en la dimensión evaluativa del destino antes que en la experiencial. En conjunto, la investigación demuestra que la informalidad turística en el Quindío no es un problema regulatorio sino un problema del sistema que puede llegar a limitar la capacidad del

destino para mostrarse como un destino confiable y seguro. Este estudio también muestra la importancia de una respuesta estratégica que articule política pública, incentivos a la formalización y gestión activa de la imagen y reputación del destino.

## **6.2 Recomendaciones: implicaciones y futuras líneas de investigación**

Este estudio realiza tres implicaciones grandes. La primera, documenta empíricamente la diferencia entre experiencia vivida y pensamiento del turista frente a la informalidad, un mecanismo que Ameen et al. (2023) y Abror et al. (2021) no habían capturado explícitamente, y que demuestra que los efectos más relevantes de la informalidad operan en la dimensión reputacional de largo plazo, no en la experiencia de corto plazo. Segunda, introduce el concepto de límite determinante para explicar por qué la confianza y seguridad no se ven comprometidas de forma lineal por el crecimiento de la informalidad, enriqueciendo los modelos de Abror et al. (2021) y Musavengane et al. (2020). Tercera, aporta evidencia sobre informalidad turística en un destino latinoamericano, contexto escasamente representado en la literatura internacional, ofreciendo un modelo replicable para destinos con características similares.

### Recomendaciones para el sector público

Los resultados evidencian que la informalidad en el Quindío es en parte una respuesta de los pequeños operadores ante un entorno de costos que desmotiva a la formalidad. En este sentido, se recomienda al gobierno municipal y departamental diseñar esquemas de formalización progresiva que reduzcan las barreras de entrada al marco regulatorio, incluyendo incentivos tributarios para pequeños prestadores de servicios de transporte, guianza y alojamiento. Complementariamente, se recomienda fortalecer la capacidad de inspección y control en los municipios de mayor flujo turístico, priorizando Salento y

Filandia donde la concentración de informalidad es más alta y el riesgo de dañar la confianza y la percepción de seguridad del visitante es más inminente.

#### Recomendaciones para el sector empresarial

Se recomienda a los empresarios formales del sector turístico aprovechar la formalidad como activo competitivo diferencial, comunicándose activamente ante el turista internacional a través de certificaciones visibles, sellos de calidad y presencia en canales institucionales de promoción. Los resultados muestran que el turista extranjero valora la formalidad como señal de confianza y seguridad, pero frecuentemente no puede distinguirla de la oferta informal porque los formales no la comunican con suficiente claridad. Adicionalmente, se recomienda a los gremios del sector, especialmente Cotelco Quindío, liderar iniciativas de autorregulación que establezcan estándares mínimos de calidad y transparencia, reduciendo el riesgo de daño reputacional colateral que los incidentes informales generan sobre la imagen del destino y la atracción de turistas extranjeros.

#### Recomendaciones para la academia

Los hallazgos de esta investigación abren tres líneas de investigación futuras. Primero, estudios que permitan observar si el crecimiento de la informalidad en el Quindío conduce efectivamente al cruce del umbral de tolerancia identificado en este estudio, y en cuánto tiempo esto compromete de forma masiva la confianza y la percepción de seguridad del visitante. Segunda, investigaciones comparativas con destinos latinoamericanos de características similares que permitan validar el modelo propuesto en contextos regulatorios y culturales distintos, ampliando su capacidad explicativa más allá del caso del Quindío. Tercera, estudios que incorporen métricas de comportamiento digital búsquedas en plataformas, reseñas en TripAdvisor o Google, interacciones en redes sociales como

indicadores anticipatorios de la atracción turística internacional, superando las limitaciones de los instrumentos de intención declarada utilizados en esta investigación.

### **6.3 Limitaciones de la investigación**

Este estudio presenta tres limitaciones principales. Primera, la muestra cuantitativa de 208 encuestados, aunque suficiente para el análisis estadístico aplicado, fue recolectada únicamente en Salento y Filandia mediante muestreo aleatorio simple, lo que limita la generalización de los resultados al conjunto del departamento. Segunda, el componente cualitativo de siete entrevistas ofrece profundidad interpretativa pero no representatividad, por lo que sus hallazgos deben leerse como evidencia ilustrativa y no como conclusiones generalizables. Tercera, el diseño del estudio captura el fenómeno en un momento específico del tiempo, lo que impide observar la evolución de la informalidad y sus efectos en el mediano y largo plazo, dimensión que sería importante dado el crecimiento acelerado del fenómeno documentado en 2025.

## 7. Referencias

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Omar, M., Wardi, Y., Noor, N., Ahmad, S., & Najib, M. (2021). Perceived risk and tourist's trust: The roles of perceived value and religiosity. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0094>
- Adamiak, C. (2019). Current state and development of Airbnb accommodation offer in 167 countries. *Current Issues in Tourism*, 25(19), 3131–3149. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1696758>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ameen, N., Cheah, J., Ali, F., El-Manstrly, D., & Kulyciute, R. (2023). Risk, trust, and the roles of human versus virtual influencers. *Journal of Travel Research*, 63, 1370–1394. <https://doi.org/10.1177/00472875231190601>
- ANATO. (2024). Informe de turismo receptivo Colombia 2024. Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. <https://www.anato.org/es/sala-de-prensa/informes-y-estadisticas>
- Arango, S. S. (2025, 1 de agosto). Cerca de un 40% creció la informalidad turística en el Quindío. *La Crónica del Quindío*. <https://cronicadelquindio.com/actualidad/economia/cerca-de-un-40-crecio-la-informalidad-turistica-en-el-quindio/>

- BBVA Research. (2024, noviembre). Colombia: situación turismo. BBVA Research. <https://www.bbva.com/publicaciones/colombia-situacion-turismo-noviembre-2024/>
- Blain, C., Levy, S., & Ritchie, J. (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, 43, 328–338. <https://doi.org/10.1177/0047287505274646>
- Çakmak, E., & Çenesiz, M. (2022). Measuring the size of the informal tourism economy in Thailand. *International Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1002/jtr.2362>
- Cámara de Comercio de Armenia. (2023). Informe de actividad turística del departamento del Quindío. Cámara de Comercio de Armenia. <https://www.camaraarmenia.org.co>
- Caracol Radio. (2025, 4 de junio). ¿Qué alerta hizo Cotelco sobre utilización de apartamentos turísticos para delinquir en Quindío? Caracol Radio. <https://caracol.com.co/2025/06/04/que-alerta-hizo-cotelco-sobre-utilizacion-de-apartamentos-turisticos-para-delinquir-en-quindio/>
- Colomb, C., & Moreira de Souza, T. (2024). Illegal short-term rentals, regulatory enforcement and informal practices in the age of digital platforms. *Urban Studies*, 61(3). <https://doi.org/10.1177/09697764231155386>
- Cotelco. (2025, 29 de mayo). Informe estadístico sector hotelero – abril 2025. Cotelco. <https://www.cotelco.org/estadisticas>
- Cotelco Quindío. (2023). Informe de ocupación hotelera departamento del Quindío. Cotelco. <https://www.cotelco.org/estadisticas>

Damayanti, M., Scott, N., & Ruhanen, L. (2018). Space for the informal tourism economy. *The Service Industries Journal*, 38, 772–788.  
<https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1480014>

DANE. (2024). Encuesta mensual de alojamiento (EMA) 2024. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-alojamiento-ema>

Dolnicar, S., & Zare, S. (2021). The evolution of Airbnb regulation — An international longitudinal investigation 2008–2020. *Annals of Tourism Research*.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102983>

Fontur. (2024). Colombia recibió a su turista número 6,2 millones, una cifra histórica para el país en 2024. Fontur.  
<https://fontur.com.co/es/comunicados/colombia-recibio-su-turista-numero-62-millon-es-una-cifra-historica-para-el-pais-en-2024>

Gobernación del Quindío. (2021). Anexo diagnóstico de la situación turística del departamento del Quindío. Secretaría de Turismo, Industria y Comercio.  
[https://www.quindio.gov.co/home/docs/items/item\\_100/Plan\\_de\\_Turismo/Diagnostico\\_PET\\_1.pdf](https://www.quindio.gov.co/home/docs/items/item_100/Plan_de_Turismo/Diagnostico_PET_1.pdf)

Gobernación del Quindío. (2025). Gobierno del Quindío fortalece la lucha contra la informalidad en el servicio de alojamiento turístico. Secretaría de Turismo, Industria y Comercio.  
<https://quindio.gov.co/comunicaciones/noticias-gobernacion-del-quindio/gobierno-d>

[el-quindio-fortalece-la-lucha-contra-la-informalidad-en-el-servicio-de-alojamiento-turistico](#)

Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>

Hankinson, G. (2007). The management of destination brands: Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory. *Journal of Brand Management*, 14, 240–254. <https://doi.org/10.1057/PALGRAVE.BM.2550065>

Hankinson, G. (2009). Managing destination brands: Establishing a theoretical foundation. *Journal of Marketing Management*, 25, 115–197.  
<https://doi.org/10.1362/026725709X410052>

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.  
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.m14.mibe>

Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606. <https://doi.org/10.1086/222355>

Hooley, G., Broderick, A., & Möller, K. (1998). Competitive positioning and the resource-based view of the firm. *Journal of Strategic Marketing*, 6, 97–116.  
<https://doi.org/10.1080/09652549800000003>

- Jaliu, D., & Răvar, A. (2018). Informal tourism economy and EU funding: The case of Romania. *Tourism, Hospitality & Event Management*.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-319-94664-1\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-319-94664-1_12)
- Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022). Impact of destination image formation on tourist trust: Mediating role of tourist satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538>
- Lerena Rongvaux, N., & Rodriguez, L. (2024). Airbnb in Latin America: A literature review from an urban studies perspective. *Journal of Urban Affairs*, 46(6).  
<https://doi.org/10.1080/07352166.2023.2168552>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). Informe de turismo enero–noviembre 2023. MinCIT.  
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/turismo-enero-noviembre-2023>
- Muschter, S., Caldicott, R. W., von der Heidt, T., & Che, D. (2022). Third-party impacts of short-term rental accommodation: A community survey to inform government responses. *Journal of Sustainable Tourism*.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1860067>
- Musavengane, R., Siakwah, P., & Leonard, L. (2020). Does the poor matter in pro-poor tourism? Towards progressive corporate social responsibility in sub-Saharan Africa. *International Journal of Tourism Cities*, 6(1).  
<https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0092>
- Pike, S. (2014). *Destination marketing: Essentials*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315817132>

Portafolio. (2024, 9 de julio). Turismo en Colombia 2024: Cotelco alerta por baja ocupación y auge informal de viviendas turísticas. Portafolio.

<https://www.portafolio.co/economia/regiones/turismo-en-colombia-2024-cotelco-alerta-por-baja-ocupacion-y-auge-informal-de-viviendas-turisticas-629258>

ProColombia. (2025, 5 de marzo). Colombia alcanza cifras récord en ingresos por turismo y transporte aéreo en 2024. ProColombia.

<https://procolombia.co/sala-de-prensa/noticias/colombia-alcanza-cifras-record-en-ingresos-por-turismo-y-transporte-aereo-en-2024>

Pulzo. (2025, 8 de agosto). Alarmante auge de alojamientos informales en Quindío. Pulzo.

<https://www.pulzo.com/vivir-bien/alerta-por-informalidad-turistica-en-quindio-aumentada-40-en-2025-y-afecta-economia-y-seguridad-PP4694404A>

Quijano, L., Gutiérrez, J. C., & Jiménez, J. L. (2022). Touristification, Airbnb and the tourism-led rent gap: Evidence from a revealed preference approach. *Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104567>

Salinas, A., Ortiz, C., Ponce, P., & Changoluisa, J. (2023). Does tourism activity reduce the size of the informal economy? *Tourism Economics*, 29(2), 305–347.

<https://doi.org/10.1177/13548166211049857>

Xie, C., Yu, J., Huang, S. S., & Zhang, J. (2021). Tourism safety and security management: A study on perceived safety and destination choice. *Tourism Management Perspectives*, 38. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100816>

*Anexos Entrevistas*

Entrevista semiestructurada

Tema: Informalidad turística en el Quindío y su impacto en la experiencia del visitante

Objetivo: Comprender cómo la informalidad turística influye en la experiencia, confianza y percepción del destino desde la perspectiva de los actores del sector.

Datos generales del entrevistado

¿Cuál es su rol dentro del sector turístico en el Quindío y desde cuándo participa en esta actividad?

Percepción de la informalidad

Desde su experiencia, ¿cómo describiría la presencia de la informalidad en el turismo del Quindío?

¿En qué situaciones o tipos de servicios ha observado con mayor frecuencia prácticas informales?

Relación con la experiencia del turista

¿Cómo cree que los turistas perciben o interpretan la informalidad durante su visita al destino?

Desde su punto de vista, ¿de qué manera la informalidad influye en la experiencia del turista?

¿Qué factores considera que hacen que un turista tenga una experiencia positiva en el Quindío, más allá de si el servicio es formal o informal?

Confianza e imagen del destino

¿Qué relación percibe entre la informalidad y la forma en que los turistas valoran el destino en términos de confianza o imagen?

Visión estratégica

¿Cómo considera que la informalidad influye en el desarrollo turístico del Quindío a mediano y largo plazo?

¿Qué cambios o acciones cree que podrían mejorar la relación entre la informalidad y la calidad del turismo en la región?

Persona Entrevistada: Ulises

Cargo: Vendedor Ambulante

Respuesta 1:

Entonces, vea, hace 27 años que tengo esta profesión, este trabajo. Soy vendedor ambulante de solteritas y cremas. Soy fabricante de la galleta, la crema, las solteritas, y entro en el comercio con el turismo, tanto nacional como extranjero.

Respuesta 2:

Esta dinámica la describiría de esta manera: acá en Salento por lo general se manejan por temporadas, temporada alta, temporada media y temporada baja. La temporada alta se entiende más o menos entre diciembre y enero, y también parte de febrero. La temporada baja va entre marzo y abril hasta que llegue Semana Santa, luego hay un repunte en la mitad de año con las vacaciones de junio y julio, y de ahí en adelante hasta diciembre vuelve a ser temporada baja.

Respuesta 3:

En cuanto a los vendedores ambulantes, nosotros somos personas caracterizadas acá en Salento. Somos más o menos entre ocho y nueve vendedores ambulantes locales. Estamos caracterizados en la administración, en la alcaldía, lo que quiere decir que pagamos un impuesto mensual. Además, se le da prioridad a los locales, entonces en ese sentido funcionamos como una especie de sociedad entre los vendedores ambulantes de la cara del pueblo.

Respuesta 4:

En cuanto a lo que perciben, especialmente los extranjeros, ellos ven que las costumbres son muy diferentes. En algunos casos no están acostumbrados a ver vendedores ambulantes en la calle, y las tiendas también son muy distintas. Entonces, creo que se llevan una experiencia diferente a la de sus países. Para ellos muchas cosas son innovadoras, toman fotos y se sorprenden, incluso en el caso de nosotros como vendedores ambulantes, le toman fotos a los puestos.

Respuesta 5:

Hay muchos puntos de referencia. Por ejemplo, el extranjero nota diferencias entre Medellín y el Quindío, específicamente en Salento. Una de las principales es que son pueblos muy sanos. Aquí se sienten tranquilos y

seguros, porque no tienen el riesgo de que los vayan a robar. Esa experiencia la llevan a sus países y la comparten, lo que hace que atraiga más turismo.

Respuesta 6:

Ellos ven la diversidad de la cultura y las costumbres. Por ejemplo, las bestias, los caballos, o productos como los helados en la calle. En sus países están acostumbrados a encontrarlos en tiendas o locales, mientras que aquí los consiguen directamente en la calle.

Respuesta 7:

También se llevan la experiencia del trato de las personas. El colombiano, y más exactamente la gente quindiana, somos muy amables con ellos, se sienten bien atendidos. Esto puede ser diferente a donde ellos viven, ya que pueden ser culturas más frías.

Respuesta 8:

De todas maneras, sería bueno mejorar aspectos como la seguridad, por ejemplo con cámaras o mayor acompañamiento en recorridos hacia senderos ecológicos, para que ellos se sientan completamente seguros.

Persona Entrevistada: Claudia

Cargo/ Rol: Empresaria

Respuesta 1:

Mi rol en el sector turístico es como empresaria; tengo un café desde hace cuatro años en el Quindío y hace año y medio el hotel Tumbaga 88.

Respuesta 2:

En Salento son estrictos porque vivimos del turismo. Sin embargo, en el sector hotelero muchas casas y hostales se amparan en normas legales para no registrarse en Cámara de Comercio ni pagar industria y comercio, evadiendo así sus obligaciones.

Respuesta 3:

Esto sucede específicamente en el sector de hostales y casas de arriendo a través de plataformas como Airbnb.

Respuesta 4:

Los turistas no perciben esta situación. No consideran que los productos ofrecidos sean más económicos; simplemente es algo que no notan.

Respuesta 5:

El factor más importante es la experiencia que el turista vive en el Quindío. Como nuestra economía se basa en el turismo, nos esforzamos por ser amables y ofrecer una experiencia integral más que un simple servicio.

Respuesta 6:

El turista, especialmente el extranjero, prefiere la formalidad y llegar a establecimientos que tengan toda su documentación en regla.

Respuesta 7:

La informalidad es negativa tanto para el empresario como para el turista. Refleja una falta de compromiso con el pueblo quindiano y afecta la imagen que se proyecta al visitante.

Respuesta 8:

Las acciones necesarias deben provenir del gobierno, como bajar impuestos e incentivar al empresario. Esto permitiría atraer más turistas con precios más bajos y tarifas acordes a la oferta turística de la región.

Persona Entrevistada: Maria Paula

Cargo/Rol: Turista

Respuesta 1:

Soy turista. He visitado el Quindío un par de veces en los últimos años, más que todo por vacaciones.

Respuesta 2:

Yo diría que sí se puede llegar a notar. Hay muchas personas ofreciendo servicios sin ser algo muy formal, como transporte, guías o ventas en la calle. No es algo oculto, pero tampoco que se muestre mucho.

Respuesta 3:

Sobre todo en transporte y en planes turísticos. También en ventas de productos o recorridos que ofrecen directamente en la calle o en sitios turísticos.

Respuesta 4:

Creo que muchos no le prestan tanta atención, especialmente si el servicio funciona bien. Algunos pueden verlo como algo normal del lugar o incluso parte de la experiencia.

Respuesta 5:

Depende mucho del servicio. Si todo sale bien, no afecta la experiencia. Pero sí puede generar algo de duda al principio, sobre todo si uno no sabe qué tan confiable es.

Respuesta 6:

El paisaje, la gente, la cultura cafetera, la tranquilidad del lugar. También que las cosas funcionen bien, que haya buena atención y que uno se sienta cómodo.

Respuesta 7:

Creo que sí puede afectar un poco la percepción. Aunque la experiencia sea buena, uno puede sentir que falta más organización o control, y eso puede influir en cómo ve el destino en general.

Respuesta 8:

Puede ser un problema si no se controla, porque puede afectar la calidad del servicio o la competencia entre negocios. Pero también entiendo que hace parte de la economía local.

Respuesta 9:

Tal vez ayudar a que más personas se formalicen sin hacerlo complicado, y también dar más información a los turistas para que sepan qué servicios son confiables.

Persona Entrevistada: Andres

Cargo/Rol: Turista

Respuesta 1:

Soy turista, no estoy vinculado al sector. He ido al Quindío en vacaciones familiares y en un viaje con amigos.

Respuesta 2:

Sí percibo que hay informalidad, pero no es algo evidente. Todo se presenta de manera organizada, entonces uno no alcanza a notar fácilmente qué es formal y qué no.

Respuesta 3:

He visto casos en transporte o en planes que se ofrecen directamente en los lugares turísticos, pero muchas veces parecen bien estructurados, entonces pasan desapercibidos.

Respuesta 4:

La mayoría de turistas probablemente no lo nota. Si todo funciona bien, uno simplemente asume que es parte normal del servicio en el destino.

Respuesta 5:

No diría que afecta mucho la experiencia, porque igual uno la pasa bien. Pero sí creo que, si todo fuera más formal, uno se sentiría más seguro y más tranquilo en caso de que llegara a pasar algo.

Respuesta 6:

El ambiente, la naturaleza, la cultura y la atención de las personas. Eso es lo que realmente hace que la experiencia sea buena.

Respuesta 7:

Puede influir un poco en cómo uno ve el destino, más que en la experiencia en sí. Es como una sensación de que todo está bien, pero podría estar mejor organizado.

Respuesta 8:

A futuro sí puede ser algo a trabajar, porque si el turismo sigue creciendo, se va a necesitar más orden y control para mantener la calidad.

Respuesta 9:

Sería bueno que hubiera más claridad y respaldo en los servicios, sin perder lo auténtico. Eso ayudaría a que uno como turista se sienta más confiado.

Persona Entrevistada: Turista Extranjero

Respuesta 1:

I'm a tourist visiting from abroad. This is my first time in the Quindío, and I came mainly to explore the coffee culture and natural landscapes.

Respuesta 2:

I do think there is some level of informality, but it's not very visible. Most services seem organized, so it's not easy to tell what is formal and what is not.

Respuesta 3:

I noticed it more in things like transportation or local tours offered directly in tourist areas. However, they are presented in a way that feels structured, so it doesn't stand out as informal.

Respuesta 4:

I believe many tourists don't really notice it. If the service works well, you just assume it's part of the normal tourism system.

Respuesta 5:

It doesn't really affect the experience in a negative way. I had a good time. But I think if everything were more clearly regulated, I would feel more secure and more relaxed, especially in case something unexpected happened.

Respuesta 6:

The scenery, the coffee culture, and the friendliness of the people. Those aspects make the experience very enjoyable regardless of the type of service.

Respuesta 7:

It might influence how you perceive the destination overall. Even if the experience is good, you get the sense that things could be more structured or organized.

Respuesta 8:

In the long term, it could become more important as tourism grows. Having clearer standards might help maintain quality and attract more international visitors.

Respuesta 9:

Providing more transparency and clear information about services would help. That way, tourists can feel more confident while still enjoying the authenticity of the place.

Persona Entrevistada

Cargo/Rol: Trabajadora de Salento

Respuesta 1:

Mi rol en el sector turístico del Quindío ha sido como vendedora en diversos comercios, desde supermercados hasta tiendas de artesanías. Desempeño esta labor en Salento desde hace aproximadamente nueve años.

Respuesta 2:

Considero que la informalidad es abundante en estos municipios turísticos. Muchas personas llegan de distintos lugares no por turismo, sino con planes de trabajo, lo que incrementa este fenómeno.

Respuesta 3:

La informalidad predomina en el sector de restaurantes debido a la gran cantidad de personal que requieren, tanto en cocina como en la atención al cliente, específicamente los meseros.

Respuesta 4:

No creo que la informalidad sea tan notable para los turistas. Quienes trabajan de esta forma suelen estar vinculados al factor turístico y están acostumbrados al trato con visitantes, por lo que la situación no resulta evidente para ellos.

Respuesta 5:

La situación influye significativamente porque el turista mantiene contacto directo con todo tipo de personal, ya sea en restaurantes, hoteles o establecimientos comerciales.

Respuesta 6:

Contamos con factores clave como la seguridad y el impulso al turismo. Los municipios del Quindío apuestan fuertemente por proyectos y propuestas para fomentar la visita de extranjeros a la región.

Respuesta 7:

La diferencia entre formalidad e informalidad es más notoria en el sector hotelero por el contacto cercano y prolongado del hospedaje. Al ser contrataciones informales y no haber estabilidad, la rotación constante de personal puede restar confianza a los turistas que regresan frecuentemente.

Respuesta 8:

La informalidad afecta el desarrollo de los sectores hotelero y comercial, especialmente en lo relacionado con la seguridad de las contrataciones.

Respuesta 9:

La informalidad surge por los altos costos de impuestos y arrendamientos, elevados por el gran flujo turístico y el costo de vida. Los pequeños empresarios evaden la formalidad para contrarrestar estos gastos y poder emprender. Es necesario que el gobierno municipal regule tanto los impuestos como los arrendamientos para facilitar la creación de empresas locales.

Persona Entrevistada: Laura  
Cargo/Rol: Habitante y Trabajadora de Salento

Respuesta 1:

Mi rol en el municipio es como habitante; siempre hemos participado activamente en la actividad turística de la región.

Respuesta 2:

Describiría la informalidad en el turismo del Quindío como una problemática, ya que afecta directamente a los comerciantes que operan de manera formal.

Respuesta 3:

He observado prácticas informales con mayor frecuencia en los servicios de transporte, hotelería y actividades recreativas.

Respuesta 4:

Los turistas perciben la informalidad como desorden, inseguridad y una falta de comunicación efectiva durante su visita.

Respuesta 5:

La informalidad influye de dos maneras: positivamente, porque los turistas encuentran opciones más económicas; y negativamente, porque no hay garantías de que la experiencia sea de calidad.

Respuesta 6:

Más allá de si el servicio es formal o informal, los factores fundamentales para que un turista tenga una experiencia positiva son la garantía y la seguridad.

Respuesta 7:

Muchos turistas priorizan el precio sin importar la formalidad del establecimiento y terminan siendo estafados. Esto perjudica la imagen y la confianza del local, ya que el turista suele culpar al establecimiento sin verificar si la persona que ofreció el servicio realmente trabaja allí.

Respuesta 8:

Considero que el desarrollo turístico del Quindío se verá gravemente afectado por la informalidad, especialmente si esta persiste a largo plazo.

Respuesta 9:

La formalidad de los establecimientos en el departamento debe ser revisada por las administraciones gubernamentales para asegurar que todos operen bajo el marco de la legalidad.

#### *Anexos Encuestas*

link:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qvk\\_ppm4R5864lSgqzRSOw-oeds2ASOW\\_i3cu6krXXM/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qvk_ppm4R5864lSgqzRSOw-oeds2ASOW_i3cu6krXXM/edit?usp=sharing)