

CONTENIDO

Análisis cuantitativo de la satisfacción en el trabajo de contadores públicos en el sector privado en Bogotá.

Ángel David Roncancio García - David Andrés Camargo Mayorga - Octavio Cardona García.... 12

Análisis externo de factores determinantes de competitividad: sector salud en Boyacá, utilizando el diamante de Porter.

Ricardo Elías Célis Parra - Diego Andrés Reyes Ramírez - Mg. Jorge Enrique Romero Muñoz.. 32

Empresarios del sector privado de la construcción dentro del proceso de urbanización en el municipio de Tunja, 1974 – 2014.

Rhene Alberto Moreno Mojica - Roger Helberth Rodríguez Forero - Juan Carlos López Díez 52

Bioregionalismo y gestión ambiental. El caso colombiano.

Iván Enrique Sanabria Pérez..... 70

Análisis de la competitividad del sector agrícola de los municipios de Arbeláez y San Bernardo.

Chelsea Joyce Espinosa Ariza - Yessica Paola Camacho Díaz - Félix Gregorio Rojas Bohórquez 95

Uso de la fuerza policial: ¿efectividad o abuso?.

Marisol Salazar Fernández - William Paniagua Granada

Jorge Arturo Contreras Romero - Sandra Elvira Mejía Ulloa

Emerson Restrepo Piedrahita..... 109

Estado del sistema pensional Colombiano.

Héctor Alfonso Martínez Avella - Julian Augusto Casas Herrera 139

El papel del sector financiero colombiano en el marco de la responsabilidad social.

Luz Adriana Forero Robayo..... 161

Diagnóstico destino turístico occidente de Boyacá.

Diana Cristina Rodríguez Moreno - Víctor Manuel Piracoca Acevedo..... 186

Diagnóstico destino turístico occidente de Boyacá

Diagnosis of tourist destination in the West of Boyaca

Diagnostic sur une destination touristique: Boyacá, région ouest

Fecha Recepción: 30 Noviembre de 2016

Fecha Aprobación: 8 de Septiembre de 2017

Diana Cristina Rodríguez Moreno¹ - Víctor Manuel Piracoca Acevedo²

Resumen

En este trabajo de investigación se realizó el diagnóstico estratégico de la provincia de occidente de Boyacá, como destino turístico, través de un estudio cualitativo-descriptivo-interpretativo logrado a partir de la recopilación de información mediante la aplicación de entrevistas semi-estructuradas a habitantes, turistas, empresarios y gobierno, de la provincia de Occidente; conocida por la extracción de esmeraldas de alta calidad. Los resultados muestran desarticulación, deficiente infraestructura en vías, tecnologías de información y comunicación, infraestructura turística y gestión del recurso humano.

Palabras clave:

Turismo, diagnóstico, Boyacá.

Abstract

An strategic diagnosis of tourist destination of the West of Boyacá was made. The

investigation was made through a qualitative - descriptive - interpretative study achieved as information given through application of semi structured interviews to inhabitants, tourists, government and entrepreneurs in the region. It was possible to present a diagnosis of the situation of tourism in the region which is well known by high quality emeralds exploitation. The results show disarticulation, bad road structure as well as in Information technology, communication, tourism infrastructure and human resources management.

Key Word:

Tourism, diagnosis, Boyacá

Résumé

Dans ce travail a été établi un diagnostic stratégique dans la province de l'ouest de Boyacá en tant que destination touristique. Pour cette recherche, on a réalisé une étude quantitative, qualitative, descriptive et interprétative. On a fait une collecte

Para citar este artículo: Rodríguez-Moreno, D.C. Piracoca-Acevedo, V.M. (2017). "Diagnóstico destino turístico occidente de Boyacá". In *Vestigium Ire*. Vol. 11-1, pp. 186-194.

.....
1 Administradora de Empresas Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Magíster en Administración Universidad Nacional de Colombia Profesora de la Escuela de Administración de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Correo electrónico: diana.rodriguez@uptc.edu.co. Colombia – Boyacá. Tunja.

2 Administrador de Empresas. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: victor.piracoca@uptc.edu.co. Colombia – Boyacá. Tunja.

de données par des interviews semi-structurées, aux résidents, touristes, entrepreneurs et fonctionnaires de la région. C'est avec ce manuscrit que l'on a réussi à présenter un diagnostic sur la situation du tourisme dans une zone connue par l'extraction d'émeraudes de haute qualité. Les résultats montrent la désarticulation existante; l'état de délabrement des routes, l'absence de technologies de l'information et de la communication, le manque d'infrastructure touristique et de gestion de ressources humaines.

Mots clé:

Tourisme, diagnostic, Boyacá

Introducción

La actividad turística desde sus orígenes ha evolucionado de forma considerable, convirtiéndose en una industria atractiva para la inversión y un pilar importante para el desarrollo de los países o regiones que desean convertir sus ventajas comparativas en fuentes competitivas. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo resalta las ventajas turísticas que tienen las regiones colombianas. Boyacá, cuenta con numerosos atractivos turísticos, de tipo natural, cultural, arquitectónico. Infortunadamente los actores de la cadena de valor no están preparados para aprovechar las potencialidades que presenta el territorio y lograr que la industria turística genere recursos importantes que los beneficie y traiga desarrollo a las comunidades locales.

Este trabajo, en primer lugar, se muestra un marco de referencia, después la metodología de investigación, enseguida los resultados, finalmente conclusiones. El objetivo fue realizar un diagnóstico que permita observar la situación actual de

la región, analizada como destino turístico. Es necesario que se recoja información sobre las características del sector como base para la diseñar e implementar estrategias para mejorar la competitividad de la provincia como destino turístico.

Marco de referencia

El turismo, consiste en actividades realizadas por las personas que se desplazan a lugares distintos a su sitio de vivienda habitual por un tiempo inferior a un año y no por actividades laborales. El turismo es muy importante en el desarrollo económico de los países, crece a tasas más altas comparado con otros sectores (Torres & Merrero, 2014), puede ser un instrumento útil para reducir la pobreza (Ventura, 2011). El sector turístico es el más importante provisor de empleos del planeta (Buhalis & Law, 2008). El sector se está compuesto por transporte, hoteles, alimentos y bebidas, y servicios en los lugares destino. (Colak & Aydinoglu, 2006), alcanza ramas de la economía como industria, alimentos, artesanías, etc. (Quintero, Bernal, & López, 2005).

El turismo es estacional (Leeuwen & Nijkamp, 2011), en el sentido que el comportamiento en la demanda cambia en el tiempo, algunos periodos, el destino turístico tiene mayor afluencia y en otros no. El turismo es intensivo en información. (Colak & Aydinoglu, 2006), comprende amplia gama de actores incluyendo la comunidad que vive en el destino (Monterrubio, 2009). Moviliza personas por todo el mundo y contribuye en los ámbitos económico, ambiental y sociocultural (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2011), genera oportunidades de negocio, ingresos por divisas, contribuye al ingreso público y privado, estimula la creación de tecnologías

y la formación de capital humano. (Brida, Monterubbianesi, & Zapata, 2011), así muchas regiones en todo el mundo, observan el desarrollo turístico como un camino de desarrollo local. (Barroso & Flores, 2006).

Para el caso de Colombia, el turismo es el tercer generador de divisas después del petróleo y el carbón; creció 4,7% en el 2014, participo en más del 50% de las exportaciones de servicios (EFE, 2015). En Boyacá la situación del sector parece no ser satisfactoria debido a la pobre articulación entre actores de la cadena de valor, desarrollo desordenado del sector, deficiente investigación de mercado, inexistencia de estudios que faciliten la toma de decisiones, uso limitado de tecnologías de información y comunicación e informalidad empresarial (Colciencias, 2012). La contribución del turismo al PIB departamental alcanzó solamente 3,2% para el 2014, nivel bajo considerando las potencialidades del departamento. (Gobernación-Boyacá, 2016)

La competitividad consiste en la capacidad de competir (www.rae.es), indica la habilidad de empresas y sectores en cuanto a situar exitosamente productos en el mercado. (Quintero et al., 2005). Del grado de competitividad de un destino turístico, depende su permanencia en un mercado (Cîrstea, 2014) y está fijada por el lugar que ocupa en el mercado turístico internacional. (Gomezelj & Mihalič, 2008).

Por otra parte, para el caso específico de Boyacá, según DelBasto, Rojas, Gallardo, Pineda (2016),

“El Departamento de Boyacá posee gran riqueza paisajística, cultural, patrimonial y arqueológica, lo cual atrae turistas de locales y externos. El Departamento es visitado en su mayoría por turistas nacionales (46%), que se

concentran en el subsector de alojamiento, mientras que los restaurantes atienden principalmente turistas regionales. En cuanto a las agencias de viaje y recreación atienden tanto turistas nacionales como regionales”.

Es por ello, que la competitividad debe enfocarse en los actores y las bondades con las cuales cuenta en la región para ser impulsadas en el ámbito turístico.

Metodología

La investigación tiene un enfoque cualitativo – descriptivo – interpretativo, con guía de entrevista, para la recolección de información que condujera a realizar el diagnóstico del occidente de Boyacá como destino turístico. La entrevista fue personal, con preguntas abiertas aplicando un proceso inductivo. La muestra se estableció teniendo en cuenta los actores de la cadena del turismo en el territorio, lo cual implicó realizar entrevistas a empresarios de la cadena de valor, entes gubernamentales (Secretarías de Turismo de las alcaldías y del Departamento), habitantes y turistas.

En total se aplicaron 59 entrevistas, distribuidas de la siguiente manera: Secretaria de Turismo del Departamento de Boyacá y la de la secretaria de turismo de la capital de la provincia de occidente Chiquinquirá. Se realizaron 24 entrevistas a habitantes de los municipios elegidos aleatoriamente y que tuvieron la disposición de responder las preguntas planteadas; 20 entrevistas a empresarios de la cadena de valor del turismo de la región, elegidos teniendo en cuenta los registros proporcionados por la Cámara de Comercio de Tunja, con 203 empresas dedicadas al transporte, hospedaje, restaurantes, agencias de viajes y

turismo, de las cuales el 70% (142) se ubican en Chiquinquirá.

Las empresas fueron seleccionadas teniendo en cuenta su ubicación para cubrir la mayoría de los municipios del occidente de Boyacá. Se realizaron 13 entrevistas a turistas elegidos aleatoriamente en la capital de provincia debido a que en el resto de los municipios visitados no se evidenció presencia de turistas. El número de entrevistas realizadas (59) fue suficiente para determinar la percepción de los diversos actores en el sector turismo de la región y establecer la situación actual del destino turístico, se comprobó que en la medida en que se analizaban las entrevistas, las respuestas de cada grupo conducían a las mismas conclusiones, pues las respuestas fueron muy similares, incluso iguales. Todas las entrevistas fueron grabadas y posteriormente analizadas con ayuda de Atlas Ti 6.0.

Resultados

La provincia del occidente de Boyacá, zona esmeraldífera de Colombia, se encuentra ubicada en la cordillera oriental de los Andes colombianos, limitada al norte por el departamento de Santander, al sur por el de Cundinamarca, al occidente por los de Caldas y Antioquia y al oriente por los municipios de Ráquira, Tinjacá, Sutamarchán y Santa Sofía del departamento de Boyacá (Gobernación de Boyacá, 2015). Es una de las zonas esmeraldífera más ricas del país, así mismo comprende 16 municipios en un área de 3.500 kilómetros cuadrados;

Chiquinquirá, Briceño, Caldas, Saboyá, San Miguel de Sema, Muzo, Maripi, San Pablo de Borbur, Buenavista, Coper, La Victoria, Quípama, Coscues, Pauna, Otanche y Tununguá.

La capital de la provincia de Occidente es Chiquinquirá, ubicada aproximadamente a 121 KMs de Tunja y 1 hora y 20 minutos en automóvil. Desde Bogotá, 149 KMs, aproximadamente 2 horas. Chiquinquirá es conocida como la capital religiosa de Colombia, cuenta con una joya de arquitectura religiosa, la Basílica de la Virgen del Rosario ubicada en la plaza principal. Esta ciudad, además es conocida por las artesanías en tagua y la fabricación de instrumentos de cuerda como tiples y guitarras; tiene otros atractivos turísticos como la laguna verde, pico de las guacamayas, Capilla de Santa Bárbara, Iglesia de la renovación, Monasterio de Santa Clara, Casa de la Cultura, parque Julio Flórez, monumento de la Guabina chiquinquireña, entre otros. Las tres rutas turísticas del occidente de Boyacá son: Saravita, ruta de Fura y Tena y ruta verde.

La ruta de Saravita comprende los municipios de Chiquinquirá, Caldas, Saboyá y San Miguel de Sema, tiene alrededor de 152 empresas registradas en Cámara de Comercio, que aportan al desarrollo del turismo distribuidas en: transporte, hospedajes, restaurantes y agencias de viaje, el 93% pertenecen al municipio de Chiquinquirá. (Plan Departamental de Desarrollo 2012-2015)

Tabla 1: Atractivos turísticos ruta Saravita

| Municipio | Arquitectura | Festividades | Paisaje natural |
|--------------|--|---|---|
| Chiquinquirá | <ul style="list-style-type: none"> •Monumento a la guabina Chiquinquireña. •Calle peatonal. •Parque Julio Flórez. •Plaza de la libertad. Casa de la Cultura. Basílica de nuestra señora del rosario de Chiquinquirá. Iglesia y monasterio de Santa Clara. Capilla santa Bárbara. •Iglesia de la renovación. | <ul style="list-style-type: none"> •Pinta tu patrimonio. •Festival Nacional de la guabina Chiquinquireña. •Renovación del cuadro de la virgen de Chiquinquirá. | <ul style="list-style-type: none"> •Predio el contento. •Laguna verde. •Pico de las guacamayas. |
| Caldas | <ul style="list-style-type: none"> •Altar mayor de la iglesia parroquial. •El molino | | <ul style="list-style-type: none"> •Cerro de la Nicaragua. •Caraguata. •Cerro alto. •Pico de la guacamaya. Cerro del ton. Cerro de catatumba. •Pozo negro y pozo azul. •Los corredores de Cubo. •La loma de las brujas. •Fuente hídrica los robles. •Reserva forestal de la Humba. Cerro de la cruz. |
| Saboyá | <ul style="list-style-type: none"> •El pesebre de Marlen. | <ul style="list-style-type: none"> •Festival folclórico y cultural. | <ul style="list-style-type: none"> •Laguna de Fúquene |

Fuente: elaboración propia.



Ruta de Fura y Tena, compuesta por los municipios de Pauna, San Pablo de Borbur, Otanche y Muzo, cuenta con 35 empresas del sector turístico (distribuidas en transporte, hospedajes, restaurantes y agencias de viaje).

Tabla 2: Atractivos turísticos ruta Fura y Tena

| Municipio | Arquitectura | Festividades | Paisaje natural |
|-----------|--------------|--|---|
| Pauna | | <ul style="list-style-type: none"> •Encuentro de escritores. •Festival del campesino paunese | <ul style="list-style-type: none"> •Cueva de las cacas. •Cerro de fura y tena. •Cerros de San Jerónimo. •El mirador. •Pozo aguasal. •Finca paraíso tropical. |
| Otanche | | <ul style="list-style-type: none"> •Festival de la cultura | <ul style="list-style-type: none"> •Cerros fura y tena. •Serranía las quinchas. •El alto del Cocuy. •El alto del mirador •El alto de currucha •Alto el roble •Cerro alegría •Loma del águila •Loma de los monos •Cerro de morrocoy •Alto del coco •Loma la imagen •Cerro campo santo •Cerro arrancaplumas •Cueva de la quebrada las cacas. |
| Muzo | | | <ul style="list-style-type: none"> •Yacimientos de esmeraldas |

Fuente: elaboración propia.

La ruta verde está integrada los municipios de Briceño, Buenavista, Maripi y Quípama, cuenta con 11 empresas distribuidas entre transporte y restaurantes.

Tabla 3: Atractivos turísticos ruta verde

| Municipio | Arquitectura | Festividades | Paisaje natural |
|------------|---|--|--|
| Briceño | | Fiesta patronal nuestra señora del Amparo. | Quebradas guayabal, la moya, salitreña. Ciclo paseo turístico |
| Maripí | Iglesia Maripi y Zulia, parque principal. | | Yacimientos esmeralda |
| Buenavista | | Fiesta en honor a San Pedro apóstol. | Petroglifos de la laja y cañaveral |
| Quípama | | | Quebrada el caco. Quebrada la bunke. Cascada de hachita Cascada de Macanal Bosques de tapas de la vega Finca el naranjo |

Fuente: elaboración propia.

Los representantes del gobierno departamental y de la región de occidente, en materia de turismo, indican que la principal debilidad en el departamento de Boyacá es la falta de planificación y diseño de marca. Además, la deficiente infraestructura vial en algunas zonas de los sitios turísticos. La violencia es otro factor que debilita el desarrollo del turismo y atenúa la llegada de visitantes a la provincia.

Los habitantes del occidente de Boyacá, pese a que indican que los gobiernos departamental y municipales generan proyectos destinados a la remodelación y mantenimiento de vías, parques y atractivos turísticos, consideran que hace falta mucho por mejorar y que no son suficientes estos pequeños esfuerzos; también manifiestan que algunos turistas muestran inconformidad con los precios, deficiente infraestructura turística, falta de hoteles y restaurantes. En relación con lo tecnológico, los turistas indican deficiencia en cobertura de redes wifi. Todos los actores señalan debilidades

en cuanto a cultura ciudadana, y el escaso reconocimiento a nivel nacional gracias a su promoción y publicidad, causan un mayor impacto

El recurso humano del sector turístico, en el occidente de Boyacá, muestra competencias débiles en orientación al cliente, los empresarios utilizan limitadamente tecnologías de información y comunicación para promoción, la mayoría lo hacen con material POP. La infraestructura turística de la ruta es deficiente. La búsqueda e identificación de información es difícil. Hay poca oferta de servicios y no hay señalización turística.

Como fortalezas se destacan: características geográficas, religiosas e históricas, que pueden ser de interés para el turista, como monumentos religiosos, pequeños pueblos, paisajes naturales, variedad de climas, fauna y flora. Los empresarios enfocan sus objetivos a la atención y buen servicio al cliente, afirmación que se verificó con los turistas quienes tienen la

percepción que las empresas prestan un buen servicio pese a sus limitaciones. Los turistas entrevistados, destacan la amabilidad, hospitalidad y atención de la gente de la región, indican que el atractivo turístico de mayor importancia es la Basílica de Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá a la cual acuden gran número de feligreses los fines de semana y para sus festividades, la presencia en el ámbito religioso es el principal motivo de visita a Chiquinquirá.

La mayoría de los habitantes entrevistados, son optimistas sobre la evolución del turismo en su región como impulsor del desarrollo local, es una fuente importante para generar desarrollo económico, que contribuya a mejorar su calidad de vida. Chiquinquirá es el municipio que presenta mayor afluencia de turistas, cuenta con una cadena turística más completa debido a la presencia de mayor número de empresas, así como el acceso en medios de transporte con una infraestructura vial aceptable.

El gobierno local, empresarios, habitantes y turistas manifestaron en un 80% que el principal atractivo de la ruta de Saravita son sus patrimonios religiosos como la basílica de Chiquinquirá a la cual acuden gran número de personas durante el año, especialmente en fiestas religiosas. La mayoría de los atractivos no tiene el reconocimiento por parte de los actores de la cadena turística debido a la falta de promoción y el deficiente conocimiento por parte de la población quienes desconocen, en muchos casos, el patrimonio de su territorio.

La mayoría de los habitantes, empresarios y turistas solo conocen 2 o 3 atractivos turísticos de las distintas rutas, Los entes

gubernamentales conocen los atractivos regionales, pero no realizan una planificación y promoción del destino, como lo mencionó uno de los funcionarios de la Secretaría de Turismo de Boyacá. En la ruta de fura y tena, es posible promover turismo de aventura y ecológico, sin embargo, esta ruta presenta una infraestructura vial deficiente y una alta percepción de inseguridad, factores que la debilitan para competir en la industria del turismo Y en la ruta verde se evidencia informalidad y muy escasa infraestructura hotelera.

Una de las mayores debilidades de la región es la escasa infraestructura turística y hotelera y la alta informalidad empresarial. El bajo compromiso de los entes gubernamentales hacia el turismo de esta región, conducen al poco desarrollo de esta actividad en la región.

Conclusiones

La provincia de occidente está integrada por 16 municipios la mayoría cuenta con algunas ventajas que los pueden impulsar como destino turístico, sin embargo, los actores de la cadena de valor no están preparados para aprovechar estas ventajas comparativas y lograr que la industria turística genere desarrollo local.

Las causas más notables son: la desarticulación existente en los prestadores de servicios turísticos, la inexistencia de producto turístico, la falta de coordinación en las actividades por parte de los actores de la cadena, la poca o nula investigación de mercados para potencializar productos y destinos turísticos, falta de señalización, infraestructura vial, servicios públicos deficientes, baja utilización de tecnologías de información



y comunicación; así, como la alta percepción de inseguridad en la región.

El occidente boyacense, como destino turístico es poco atractivo, comparado con otros, en el departamento, a pesar de contar con paisajes naturales de gran belleza, patrimonio arquitectónico y cultural. Se requiere de la decisión del gobierno departamental orientada a generar políticas públicas que promuevan el desarrollo del destino turístico occidente de Boyacá, mitigando progresivamente las deficiencias existentes en infraestructura vial, turística, servicios públicos y de comunicaciones y tecnológica.

Es necesaria la elaboración de estudios de mercado, diseño de producto turístico, diseño de marca, estrategias de promoción y posicionamiento. Finalmente, es obligatorio que se consiga una integración entre universidad-empresa-estado-comunidad, para buscar una cooperación desde el ámbito académico, involucrando a la comunidad y los empresarios.

Referencias

Barroso, M., & Flores, D. (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. *Cuadernos de Turismo*, (17), 7-24.

Brida, J., Monterubbianesi, P., & Zapata, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos. *Pasos*, 9, 291-303. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88117284006>

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years

after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

Cîrstea, Ș. D. (2014). Travel & Tourism Competitiveness: A Study of World's Top Economic Competitive Countries. *Procedia Economics and Finance*, 15(14), 1273-1280. [http://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00588-7](http://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00588-7)

Colak, H. E., & Aydinoglu, A. C. (2006). Determining Regional Tourism Development Strategies of East Black Sea Region of Turkey by GIS. In *XXIII FIG Congress* (pp. 1-9). Munich, Germany. Retrieved from https://www.fig.net/resources/proceedings/fig_proceedings/fig2006/papers/ts72/ts72_03_colak_aydinoglu_0545.pdf

Colciencias. (2012). PEDCTI. Plan estratégico departamental Ciencia, tecnología e Innovación. Boyacá 2022. Observatorio Ciencia y tecnología. Retrieved from <http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedcti-boyaca.pdf>

DelBasto, Rojas Erika Brighth. Gallardo, Sánchez, Carlos Felipe. Pineda, Muñoz, Jimmy Alexander (2016). Marketing en las empresas prestadoras de servicios turísticos de Boyacá". In *Vestigium IRE*. Vol. 10, p.p 12-31

EFE. (2015, April 9). Ingresos por turismo en el país crecieron 4,7 %. *El Espectador*. Bogotá. Retrieved from <http://www.elespectador.com/noticias/economia/ingresos-turismo-el-pais-crecieron-47-2014-articulo-554058>

Gobernación de Boyacá. (2015). Plan Departamental de Desarrollo Boyacá 2012-2015.

Gobernación-Boyacá. (2016). Plan de Desarrollo 2016 - 2019: Creemos en Boyacá Tierra de paz y libertad. Tunja. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Gomezelj, D. O., & Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness-Appling different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29, 294–307. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.009>

Leeuwen, E., & Nijkamp, P. (2011). *Operational advances in tourism Research Memorandum 2011-19*. Amsterdam. Retrieved from http://dspace.uvu.vu.nl/bitstream/handle/1871/19532/rm_2011-19.pdf?Sequence=2

Monterrubio, C. (2009). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística*, 11, 101–111. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314808005>

Quintero, P., Bernal, C., & López, H. (2005). La competitividad turística de Cartagena de Indias. In *La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado* (p. 121). Cámara de Comercio de Cartagena. Retrieved from file:///C:/Users/Diana/Downloads/2009062513_INV_NO4LAC-1.PDF

Torres, P., & Merrero, M. (2014). Algunas Consideraciones Sobre La Medición de La Competitividad De Destinos Turísticos. *Retos Turísticos*, 2(2). Retrieved from <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retos/article/view/60>

Ventura, V. (2011). El turismo, su cadena productiva y el desarrollo incluyente en América Latina : los casos de Brasil y México. *Working Paper*, 138, 2–78.