

FORMULACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA
COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO

UNIVERSIDAD EAN

Sandra Liliana Ariza Bermúdez

Julio Roberto Cristancho Barrera

Kerly Andrea Ramirez Lizcano

Tutor

Rafael Ignacio Pérez Uribe PhD

08 de Junio de 2020

UNIVERSIDAD EAN

GERENCIA DE INVESTIGACIONES

2020

Nota de aceptación

Firma de Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá, 08 de Junio de 2020

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestro tutor Dr. Rafael Ignacio Pérez Uribe por su apoyo, tiempo, recomendaciones y consejos para culminar con éxito el desarrollo del estudio; a la Universidad EAN por promover y fortalecer el proceso de investigación, desarrollo e innovación.

A Dios le doy gracias por brindarme su amor, sabiduría y fortaleza para culminar con éxito mi proyecto, a mi esposo Ariel por su amor, entendimiento, comprensión, paciencia, motivación y gran apoyo durante estos dos años de estudio, a mis hijos Juan Esteban y Juan Alejandro, quienes han sido mi mayor motivación para dirigirme hacia mis objetivos, a mis padres Douglas y Esmeralda por el apoyo y tiempo que dedicaron para hacer realidad mi sueño. Finalmente agradezco a todas las personas que conocí durante la carrera y contribuyeron para mi crecimiento profesional.

Kerly Andrea Ramirez Lizcano

Agradezco a Carlos, mi esposo, por su amor, su incondicionalidad y por ser quien me da la fortaleza para seguir adelante y crecer como persona; también le agradezco a mi familia por apoyarme en mis decisiones, acompañarme en mis tropiezos y celebrar mis triunfos y a mis compañeros de quienes aprendí y con quienes compartí grandes momentos.

Sandra Liliana Ariza Bermúdez.

Agradezco a Patricia, mi esposa, por ser mi compañera de vida, cómplice incondicional de mis proyectos y por su apoyo absoluto para alcanzar esta meta; a María Inés, mi madre, de quien aprendí los valores que me cimientan; a mis hermanos por su respaldo y a mis compañeras de tesis por su profesionalismo y compromiso para este logro.

Julio Roberto Cristancho Barrera

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	9
2. OBJETIVOS	10
2.1 Objetivo General	10
2.2 Objetivos Específicos	10
3. JUSTIFICACIÓN	11
4. MARCO INSTITUCIONAL	14
5. MARCO TEÓRICO	17
5.1 Concepto sobre metodología y/o método	17
5.2 Turismo en el ámbito internacional y nacional	18
5.3 Concepto sobre evaluación de la competitividad	26
6. DISEÑO METODOLÓGICO	28
6.1 Tipo de investigación	28
6.2 Recolección de datos	28
6.3 Diseño de la investigación.....	29
7. DESARROLLO DEL TRABAJO	30
7.1 Metodología para la evaluación de la competitividad	33
7.1.1 Planificación Turística	34
7.1.2 Formación del Capital Humano.....	35
7.1.3 Seguridad	38
7.1.4 Sostenibilidad Turística	39
7.1.5 Calidad	41
7.1.6 Infraestructura para el Turismo.....	42
7.1.7 Marketing.....	42
7.1.8 Tecnología.....	43
7.1.9 Fortalecimiento Empresarial.....	44
7.2 Explicación del método del instrumento	45
7.3 Instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística	46
7.4 Funcionamiento del instrumento de diagnóstico	47
7.5 Definición de la Escala utilizada	47



ean[®]
universidad

Acreditada
en Alta Calidad

Res. n°. 29499 del Mineducación.
29/12/17 vigencia 28/12/21

7.6 Competencia del Evaluador.....	49
8. CONCLUSIONES.....	50
9. RECOMENDACIONES	52
10. REFERENCIAS.....	55
11. ANEXOS.....	60
Anexo 1. Instructivo para el uso del instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística.....	60
Anexo 2. Instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística (Excel).	67

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estadísticas Nacionales – Registro Nacional de Turismo.....	16
Tabla 2. Programas - Sistema Nacional De Información Para La Educación Superior En Colombia 2018 En Adelante	37

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Criterios de Medición Modelo de Competitividad turística regional de Colombia	31
Figura 2. Criterios de Medición Modelo de Competitividad Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial.....	32
Figura 3. Criterios de Medición Modelo Índice Departamental de Competitividad del Consejo Privado de Competitividad	33
Figura 4. Factores para la evaluación de la competitividad del sector turístico en las regiones de Colombia.....	34

RESUMEN EJECUTIVO

El sector turístico en Colombia en los últimos años ha sido actor importante del crecimiento del PIB. Luego de la firma de los acuerdos de paz en septiembre de 2016 este sector ha incrementado visitas de turistas locales y foráneos.

En Colombia, el turismo es regulado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien a través de sus competencias promueve planes y programas que han permitido formalizar más la industria para tecnificarla y explotar su potencial. Este crecimiento se evidencia con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y a nivel local por el Centro de Información Turística de Colombia (CITUR).

De acuerdo con los eventos presentados por la pandemia de COVID 19, esta es la industria más castigada y su recuperación se estima en más de dieciocho meses. La reactivación debe ir acompañada de una preparación adecuada que permita a la industria nacional y local medir los factores y aspectos más importantes para establecer el grado de competitividad en que se encuentran.

La metodología propone un instrumento de medición de la competitividad turística, que utiliza la escala de Likert, resultante del análisis del turismo en el ámbito internacional y local y los diferentes modelos existentes en el sector para compilar lo mejor de ellos. Se determinaron nueve factores que analizan diferentes aspectos para que un evaluador con la capacidad deliberante y conocimiento técnico aplique este instrumento y pueda identificar el grado de cumplimiento que su región tiene, para establecer los planes de mejoramiento e inversión indicados con la participación de actores públicos y privados.

1. INTRODUCCIÓN

En Colombia y el mundo se generalizan los problemas en el sector turismo, la informalidad del sector, la innovación y desarrollo tecnológico, la formación y sensibilización turística, la participación institucional, entre otros, son factores que justifican un análisis de la actividad turística permitiendo identificar los ejes principales que se deben potencializar en las regiones colombianas para lograr un desarrollo en el turismo desde el componente estratégico y competitivo.

El turismo puede verse contradictorio, por una parte, es un motor de crecimiento económico de las regiones, aumentando los ingresos económicos, el empleo, mejora educativa y social etc., por otra parte puede convertirse en un problema por el gasto de los recursos naturales, producción de residuos, alteración de ecosistemas, entre otras, originados por distintos factores que los responsables de su administración no han definido de manera concluyente para hacer de este sector un negocio sostenible.

La promoción del turismo en Colombia toma gran importancia con el avance de los años, en especial luego de la firma del acuerdo de paz. Se destacan tipos de turismo como el patrimonio natural y artístico del país, la cultura e historia de las comunidades indígenas y precolombinas, los bosques, la gastronomía, la música, la danza, los deportes que dan variedad y diferencia a cada una de las regiones que se pueden explorar para brindar una diversidad en la oferta turística.

El turismo en Colombia es regulado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y promovido a su vez por la implementación de políticas de los ministerios de Cultura y Hacienda buscando la generación de empleo, mejora de condiciones económicas y desarrollo social.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Formular una metodología para la evaluación de la competitividad del sector turístico en las regiones de Colombia.

2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar modelos y metodologías para evaluar la competitividad del sector turismo.
2. Identificar los factores de competitividad que impactan el desarrollo del turismo en las regiones colombianas con el propósito de realizar su medición.
3. Establecer los aspectos fundamentales de los factores a evaluar en la metodología.
4. Proponer una serie de recomendaciones para la mejora la competitividad del sector turístico de las regiones en Colombia.

3. JUSTIFICACIÓN

El Turismo se ha convertido para Colombia en uno de los sectores económicos de mayor importancia debido a su cada vez más creciente contribución al PIB nacional, que para el año 2018 fue del 3,8% (EL TIEMPO, 2019), esto se da como resultado del aumento del número de visitantes no residentes, aumento en la inversión extranjera directa en infraestructura hotelera, la generación de nuevos empleos directos y como resultado el jalonamiento de toda la cadena de valor del sector. El impacto positivo del turismo se ha visto reflejado en los principales y tradicionales destinos turísticos del país entre los cuales se encuentran Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali y algunos otros con menor participación que se llevan la mayor parte de los beneficios sociales y económicos que traen consigo el turismo al país, viéndose la necesidad de continuar promoviendo el desarrollo turístico regional con el fin ampliar los destinos turísticos que se beneficien de este crecimiento.

En la última década el gobierno nacional le ha dado un mayor impulso a la actividad turística con la expedición de la ley 1558 de 2012 la cual tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística en el país. Como parte de esto en el año 2016 el MINCIT socializó la iniciativa Corredores Turísticos, con la cual se ponen en marcha los 12 corredores con los que contará Colombia y que se convierte en una estrategia de cooperación e integración regional que facilita el intercambio de experiencias, saberes, prácticas, recursos en el sector a nivel nacional y que busca la materialización de los esfuerzos públicos y privados en la materia (Mincomercio, 2017).

El sector turismo como un renglón estratégico para el Gobierno Nacional, por su contribución al crecimiento económico y desarrollo sostenible del país y sus regiones, y como parte del PND “Pacto por Colombia, pacto por la equidad” cuenta con el Plan Sectorial de

Turismo 2018 – 2022, que a través de sus líneas estratégicas pretende aportar al cumplimiento del PND específicamente numeral C del Pacto II “Impulsar la productividad, generación de valor y sostenibilidad del turismo en las empresas, destinos y comunidades” (Mincomercio: Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022, 2018).

Las políticas y estrategias del Gobierno Nacional para el sector turismo, especialmente la que hace referencia a los Corredores Turísticos representan una gran oportunidad para el desarrollo social y económico de las regiones, los departamentos y sus municipios, puesto que entre sus objetivos contempla aumentar la competitividad de las regiones, realizar grandes inversiones en megaproyectos de alto impacto, y generar más y mejores opciones para el turismo doméstico. En el 2017 el turismo doméstico representó el 73% del gasto total en viajes y turismo a nivel global, constituyéndose en un factor clave para impulsar el sector, son variadas las razones para que un país utilice el turismo doméstico como herramienta para su desarrollo, entre las que se encuentra su potencial para generar empleo y prosperidad económica, renovar infraestructuras, resolver problemas de turismo estacional, entre otros (WORLD TRAVEL& TOURISM COUNCIL, 2018).

Pese al importante crecimiento en los principales indicadores de turismo del país, el aporte a estas mediciones lo realizan en gran parte los destinos tradicionales que son los más visitados tanto por turistas nacionales e internacionales, es aquí donde cobra gran importancia este tipo de estrategias que buscan ampliar la oferta del país mediante la promoción de nuevos destinos turísticos.

Colombia es un país con potencial para desarrollar el turismo, “tiene el 20% de las especies de aves del mundo, el 17% de anfibios y el 8% de peces de agua dulce. Además, cuenta con 31 parques naturales abiertos al público y 116 áreas IBA (Important Bird Áreas), que se

encuentran a lo largo del territorio: zonas Andina, Caribe y Orinoquía. Colombia es el país número uno en diversidad del planeta con 1.879 especies identificadas.” (Lacouture, Turismo Sostenible, 2019), adicionalmente en toda la extensión del territorio nacional se observan hermosos y exuberantes paisajes naturales, regiones con gran riqueza gastronómica y cultural, que sumada a la amabilidad de su gente le da los insumos para crear productos turísticos diferenciados y de calidad que gusten a nacionales y extranjeros.

Si bien es cierto que las estadísticas de la última década muestran un crecimiento importante en el sector turismo a nivel mundial; la crisis social y económica por la que actualmente atraviesa el mundo a causa de la pandemia generada del brote por la enfermedad por coronavirus (COVID-19) están cambiando las proyecciones para el turismo internacional y doméstico. Según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2020) se esperan de 5 a 7 años de pérdidas de turistas, pero al mismo tiempo resalta que este sector tiene una gran capacidad de recuperarse, de tener un efecto de recuperación en otros sectores y de generar muchos empleos especialmente en los grupos más vulnerables. Es por esto último que tiene que nacer de esta crisis una oportunidad para fortalecer el turismo doméstico de los países, no se tiene la certeza de hasta cuando duraran las restricciones para movilizarse entre países, pero con seguridad la necesidad de dinamizar la economía interna propiciará las condiciones para el desarrollo del turismo doméstico (LaPolíticaOnline, 2020).

El impacto que está teniendo en la economía el COVID-19 unido a la desaceleración que ya se venía presentando, hacen necesario que el país busque mecanismos que permitan una rápida reactivación de la economía, para esto el aumento de la producción y la generación de empleos en las regiones son claves para mejorar el ritmo de crecimiento. Colombia es un país en donde el aporte a la economía y su productividad se encuentra centralizada en algunas pocas

regiones y más aún en unas pocas ciudades, con lo cual se desaprovecha el gran potencial que tienen las demás regiones para aportar al crecimiento nacional. El sector turismo se podría convertir en la gran oportunidad para impulsar el desarrollo en las regiones y como consecuencia su aporte a la economía interna del país (FIDUCOLDEX, 2017).

Es en este momento donde cobra mayor importancia la estrategia de Corredores Turísticos y la campaña nacional “Yo voy” lanzada en febrero de 2019 con el objetivo de impulsar el turismo doméstico. Es por esto por lo que los departamentos y sus municipios deben diseñar estrategias que les permita beneficiarse del desarrollo social y económico que traen consigo las políticas dirigidas al turismo, pero para esto deben prepararse y cumplir con requisitos de competitividad y calidad que garanticen participación.

Esta investigación busca diseñar una metodología de medición que facilite a las Autoridades regionales y locales, Empresarios y Emprendedores realizar un autodiagnóstico que permita obtener una medición de los factores que afectan la competitividad del destino turístico que están evaluando, brindando un insumo para la construcción de un plan estratégico y un plan de acción que junto con el trabajo articulado con las entidades nacionales y regionales encargadas de promover la estrategia nacional de turismo, los lleve a aumentar su competitividad y a convertirse en un destino turístico de calidad.

4. MARCO INSTITUCIONAL

Según la Organización Mundial de Turismo, al cierre del año 2019 1.500 millones de turistas internacionales se registraron, un crecimiento del 4% respecto al año 2018, con crecimiento sostenido en la última década (DINERO, 2019).

En el primer semestre del año anterior, Colombia fue visitada por 2,5 millones de extranjeros, siendo Bogotá, Cartagena y Medellín los principales destinos. Las nacionalidades que más nos visitan son Estadunidenses (23%), peruanos (20%) y panameños (18%). Igualmente, más de 2,6 millones de colombianos salieron, el principal destino fue Estados Unidos, seguido de España y México. El turismo local también ha tenido un repunte significativo atribuido al cese del conflicto armado y firma del acuerdo de paz (Ministerio de Industria y Comercio, 2019).

Según las estadísticas de la Organización mundial de turismo OMT (2019), Colombia fue visitada en el año 2018 por casi 4 millones de extranjeros que gastaron en promedio USD 1.430, haciendo de la industria turística colombiana una captadora de recursos muy importante para el país.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desarrolló la nueva plataforma Centro de Información Turística de Colombia, CITUR, su objetivo es consolidar las mediciones regionales que brinden al país la información para caracterizar el turismo y generar estándares que permitan la comparación e integración estadística sectorial a nivel nacional e internacional (CITUR, 2020).

En esta plataforma, se encuentra información estadística de manera oficial, que permite hacer un análisis del estado del sector empezando por el crecimiento de los prestadores de servicios turísticos en los últimos cinco años con un incremento de más del 50%, establecidos según la siguiente tabla:

Tabla 1.

Estadísticas Nacionales – Registro Nacional de Turismo

Prestadores de servicios turísticos por categoría	2014	2015	2016	2017	2018
Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones	390	474	547	473	512
Empresa de transporte terrestre automotor	294	361	461	448	600
Establecimiento de gastronomía y similares	945	1027	1090	1266	1247
Establecimiento de alojamiento y hospedaje	10.810	12.342	14.091	16.427	19.901
Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional	137	162	177	182	209
Oficina de representación turística	470	512	615	580	439
Agencia de viajes	5178	5861	6636	6483	6927
Concesionarios de servicios turísticos en parque	14	25	34	35	23
Guía de turismo	1955	1081	1063	1148	1271
Parques temáticos	21	37	48	51	51
Usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas	9	12	23	16	8
Empresa de tiempo compartido y multipropiedad	70	72	67	49	45
Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos	40	34	54	48	46
Total general	20.333	22.000	24.906	27.206	31.279

Fuente: MINCIT (2019) http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_prestadores_historico/all/41?t=1

Si bien es cierto que las cifras muestran un incremento importante en el crecimiento del turismo a nivel nacional, en el año 2019 este incremento se dio principalmente por la llegada de turistas a ciudades como Bogotá, Cartagena, Medellín y Cali, quedando rezagados destinos turísticos regionales con gran riqueza natural y cultural pero poco desarrollados y por lo tanto poco conocidos incluso a nivel nacional (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

La necesidad de posicionar el turismo como uno de los principales renglones de la economía colombiana y aumentar su cada vez más creciente participación en el PIB, ha logrado que el Gobierno Nacional contemple el turismo en el Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2020 dentro del Pacto II “Pacto por el emprendimiento y la productividad” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

Es por todo esto que cobra gran importancia para el desarrollo del sector turístico nacional, que las regiones entiendan la importancia de prepararse y desarrollarse para hacer parte de este motor de la economía y lograr una participación en este importante mercado en crecimiento. Es aquí cuando surge la necesidad de identificar aquellos factores que son relevantes para el desarrollo turístico en las regiones de Colombia y que impactan su competitividad.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Concepto sobre metodología y/o método

Partiendo del entendimiento de una metodología como un concepto global referida al estudio del Método (o de los métodos) desde un proceso sistemático en el cual se adquieren modos y formas de conocimiento. El Método es considerado como el camino para obtener un fin de manera ordenada, desde un conjunto de reglas (Forero, 2007). Teniendo en cuenta este concepto siendo indispensable para definir la forma correcta de recolectar los datos que permita formular un instrumento de evaluación de la competitividad del sector turístico en Colombia.

Cuando se planifica de manera adecuada la metodología que se aplicara en esta investigación, permite tener un proceso claro y objetivo para recolectar, registrar y analizar los datos obtenidos de fuentes seleccionadas consultadas, proporcionando elementos indispensables para elaborar y sustentar el trabajo de grado. La investigación conlleva a procesos de encontrar, preguntar, sondear e inspeccionar.

Parte de la investigación se basa de fuentes secundarias, definidas como fuentes derivadas. Según Bounocore (1980) las define como aquellas que “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados.”. Las fuentes secundarias interpretan y analizan

fuentes primarias. Las fuentes secundarias son textos basados en fuentes primarias e implican generalización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación. Algunos tipos de fuentes secundarias se reconocen: datos estadísticos, reportes de compañías, periódicos, revistas, videos, reportes y documentos de investigación, leyes (Wigodski, 2010).

5.2 Turismo en el ámbito internacional y nacional

La Organización Mundial del Turismo (OMT) (2020) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. A través de sus publicaciones, estadísticas y estudios como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental como referente para el desarrollo del instrumento.

En las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento en el mundo. En Colombia, según las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MinCIT en el año 2018, llegaron a Colombia más de 4,2 millones de visitantes no residentes, representando un crecimiento de 8% con respecto al año 2017. En el 2019 de acuerdo con el último informe presentando en estadísticas como cifras preliminares llegaron al país cerca de 4,5 millones visitantes no residentes lo que representó un incremento aproximadamente del 2,7% con respecto al año 2018 (Ministerio de Industria y Comercio, 2019).

Los países de residencia de extranjeros no residentes en Colombia se identifican Estados Unidos presentó una variación del 8,9% con respecto al año 2018, siendo el país de mayores visitantes en Colombia, seguido México presentó un incremento del 9% de extranjeros que

llegaron a Colombia en el año 2019, a sí mismo la variación de Perú fue del 19,3% comparado con el año 2018, analizándose el interés de los extranjeros no residentes en Colombia que se interesan del turismo en Colombia. En términos de ciudades de destino, Bogotá recibió el mayor número de extranjeros no residentes, seguida de Cartagena, Medellín y Cali. Se destacaron ciudades como Medellín y Cúcuta, que tuvieron un crecimiento muy dinámico en la llegada de turistas extranjeros (Ministerio de Industria y Comercio, 2019).

Estas cifras indican la promoción del turismo que ha dado Colombia en la notoriedad al rico patrimonio natural y artístico del país. La música, la danza, la agricultura, la aventura, la religión, los deportes, las comunidades indígenas son variables que conforman la diversidad en la oferta del turismo cultural (Lacouture, 2019).

En cuanto a los destinos turísticos de los colombianos, en el año 2019 aproximadamente 4,5 millones de colombianos salieron del país, representó un aumento de 2,5% frente a 2018. Los países destinos del turismo de los colombianos fueron Estados Unidos (1,9%), México (8,1%), España (14,6%), los porcentajes indican las variaciones del año 2019 con respecto al año anterior (Ministerio de Industria y Comercio, 2019).

La evolución del turismo cada vez es más evidente, aumentando el turismo global y la competencia entre los destinos, el patrimonio cultural inmaterial o intangible local y regional se convierte en un factor indispensable para atraer a turistas. De acuerdo a la publicación de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Turismo en Iberoamérica, en la región, hay evidencia de muchas oportunidades así como de desafíos en el desarrollo del turismo en el ámbito rural: en todos los casos, el objetivo general es minimizar la migración urbana, asegurar oportunidades de empleo para los jóvenes, minorías étnicas, mujeres y grupos marginados,

combatir la pobreza, así como preservar la cultura y el patrimonio (Organización Mundial del Turismo, 2020).

El Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 “Turismo: el propósito que nos une”, hace parte del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018 -2022, “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, como lo disponen los artículos 2° y 16° de la Ley 300 de 1996. Por tal razón, su ejecución se sustentará en las políticas, orientaciones, lineamientos y disposiciones complementarias establecidas en PND. De acuerdo a la estrategia nacional para el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 el objetivo es el de **mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales** (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018).

Para dar cumplimiento al objetivo, el plan establece seis líneas estratégicas del Gobierno Nacional a mediano y largo plazo, dando solución a los cuellos de botella que enfrenta el sector, de los cuales se definen acciones para la generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018):

1. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.

En esta línea se establece el fortalecimiento de la oferta turística que desarrollara los productos del Arcoíris Turístico como: (1) verde: naturaleza, ecoturismo, agroturismo, aventura y científico; (2) amarillo: sol, playa y cruceros; (3) naranja: cultura, gastronomía, patrimonio, música y religión; (4) azul: salud y bienestar; (5) morado: inversión, negocios y emprendimiento; (6) rojo: turismo de reuniones, convenciones, eventos corporativos y sociales (lunas de miel,

matrimonios, etc.); y (7) gris: turismo incluyente (personas mayores, jóvenes, comunidades, equidad de género, accesibilidad y turismo social).

2. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
3. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
4. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
5. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

Para la competitividad del turismo en Colombia existen cantidades de normativas como leyes, decretos reglamentarios, resoluciones, circulares, sentencias de jurisprudencia, conciliaciones, agendas regulatorias, notificaciones administrativas muy importantes, pero en la realidad de poca utilidad para el desarrollo de la competitividad regional del turismo. La gran problemática en Colombia es que el turismo no está estandarizado en precios, servicios y precisamente es donde se saca provecho la informalidad de los agentes turísticos. El comité de Turismo y Competitividad de la OMT señala que la calidad de un destino turístico es resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicio turísticos, los correspondientes requisitos y expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura, los servicios y comodidades públicos. Igualmente presenta aspectos relativos a la ética, la transparencia y el respeto del entorno humano, natural y cultural (Lacouture, 2019).

Precisamente la calidad es transversal a acciones de política turística, es responsabilidad de todos los actores del turismo como comunidades, instancias gubernamentales, academias, generadores de opinión, grupos ambientalistas y organismos internacionales, siendo factor importante para la competitividad para las empresas y para los destinos. En conjunto la calidad,

la sustentabilidad y la responsabilidad hacen lo verdaderamente indispensable para desarrollar la competitividad del turismo.

Dado lo anterior, para el desarrollo del turismo en las regiones de Colombia, se requiere de inversiones para afrontar el reto, las alcaldías deben mejorar los servicios, promover la inversión, la innovación y desarrollar proyectos atractivos, se necesitan destinos más organizados, una normatividad más adecuada y específica, mayor formalidad, mejor planeación y lo más importante recurso humano capacitado. También contar con la estructura adecuada y de alta calidad para brindar atención al turista es decir aeropuertos, puertos, carreteras, alojamiento, restaurantes, internet y servicios de entretenimiento.

Se destaca la infraestructura sostenible para la competitividad y el crecimiento inclusivo, de acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la infraestructura es un pilar fundamental para el desarrollo. Su adecuada dotación y administración estimulan el crecimiento económico y la competitividad. Su rol resulta esencial para mejorar la calidad de vida y la inclusión en las sociedades modernas (Serebrisky, 2014). Una de las estrategias del BID es guiar las actividades futuras del Banco para acompañar a los países de la región en el proceso de adopción de una nueva visión, en la cual la infraestructura se planifica, se construye y se mantiene para proveer servicios de calidad adecuada que promuevan el crecimiento sostenible e inclusivo.

Según las memorias de la Tercera Cumbre sobre Conocimiento y Políticas entre América Latina y el Caribe y China realizada en el año 2017, la directora de productividad y competitividad indicó que para el gobierno colombiano, las Políticas de Desarrollo productivo (PDP) son de gran interés; se espera que la implementación de tales políticas genere un crecimiento económico sostenible a largo plazo, y ayude a la consolidación de un país moderno,

productivo e innovador. Desde 2016, con la orientación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el gobierno ha trabajado de la mano con instituciones privadas y públicas en el diseño de una política de desarrollo productivo, y se encuentran trabajando actualmente en la implementación (BID, 2017).

De acuerdo con las seis líneas estratégicas que se establecieron en el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 “Turismo: el propósito que nos une”, realizaron para cada una un resumen, diagnóstico, objetivo y establecieron estrategias para fortalecer el desarrollo de la competitividad del turismo en Colombia. En cuanto a las estrategias para cada línea se identifican:

1. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo
 - a. Fortalecer la institucionalidad para el turismo.
 - b. Mejor gestión de los recursos económico del turismo.
 - c. Generar información eficiente para las políticas públicas en turismo.
 - d. Propender por un turismo más responsable y sostenible.
2. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta
 - a. Fortalecer la planificación y ordenamiento territorial para el turismo.
 - b. Desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto valor.
 - c. Fortalecer la integración regional para el turismo.
 - d. Seguridad turística moderna.
3. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo
 - a. Atracción de la inversión para planta e infraestructura turística sostenible de talla mundial.
 - b. Aumento de la inversión extranjera directa al turismo.
 - c. Fortalecimiento de la inversión público – privada para la infraestructura turística.

- d. Más y mejor conectividad aérea.
 - e. Mejor conectividad terrestre, digital, fluvial, marítima y náutica.
 - f. Infraestructura sostenible para el turismo.
4. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo
 - a. Mejorar el ambiente de negocios para el turismo.
 - b. Impulsar el desarrollo de emprendimiento turísticos.
 - c. Empleabilidad decente para el sector.
 - d. Innovación para potencializar el sector.
5. Fortalecimiento de Capital Humano para la competitividad del turismo
 - a. Capacidades para el talento humano vinculado al sector turismo.
 - b. Guía turística pertinente y más profesional.
 - c. Fortalecimiento del Programa Colegios Amigos del Turismo (CAT).
6. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad
 - a. Promoción turística efectiva de Colombia como destino turístico.
 - b. Facilitación turística.
 - c. Turismo con equidad para todos los colombianos.

El crecimiento del turismo se encuentra enmarcado en condiciones mundiales, naciones y locales con amplio posicionamiento como sector productivo en el escenario nacional e internacional; por ello, Colombia debe seguir trabajando y aprovechando el buen momento que vive el sector turístico en el mundo e insertarse en el mercado como un destino innovador, diverso, de alto valor, bajo principios de sostenibilidad, responsabilidad y calidad, acorde con las nuevas tendencias mundiales de la demanda de la actividad.

Así mismo, el enfoque para alcanzar la competitividad de los destinos debe ser integral, de tal forma que se adopten acciones que contemplen los aspectos culturales y ambientales que enmarcan los atractivos turísticos, los temas de generación y distribución de beneficios sectoriales en el ámbito social y económico; la infraestructura soporte del destino; las condiciones de los factores de producción; el mercadeo y la promoción y la capacidad para liderar procesos de planificación y ordenamiento territorial propios y de ejecutorias que mejoren la infraestructura. Todo lo anterior contemplando el equilibrio para desarrollar un turismo sostenible (Centro de Pensamiento Turísticos - Colombia, 2019).

Actualmente el mundo entero está pasando por una pandemia por la enorme capacidad de contagio que ha mostrado el COVID-19 desde que el 31 de enero de 2020 la OMS declaró la alerta sanitaria internacional, a partir de esta fecha la OMT publica declaración sobre el brote del nuevo coronavirus, allí indica que la Organización Mundial del Turismo (OMT) está siguiendo de cerca la evolución del brote del nuevo coronavirus (2019-nCoV) tanto en China como en el resto del mundo y está cooperando estrechamente con la Organización Mundial de la Salud (OMS). Además, indica la responsabilidad del turismo en estos momentos de crisis, la cooperación del sector turismo será vital para detener la propagación del virus y limitar su incidencia en las personas y las comunidades (UNWTO, 2020). Con el pasar de los días y por la rapidez de propagación del COVID-19 por el mundo, la OMT y la OMS acuerdan intensificar la cooperación en la respuesta de la emergencia de salud pública, a su vez los países adoptan medidas para contención del virus dejando a la economía y en especial al sector turístico y hotelero, como uno de los grandes damnificados. En Colombia, de acuerdo con las cifras que recopila Cotelco, en el periodo del 7 al 15 de marzo del año, la ocupación hotelera fue de 49,8%, lo que implica una caída 6.6 puntos porcentuales, cifra que no se observa desde el 2002 y para lo

que va corrido de la semana del 23 al 25 de marzo, cerca del 50% de los hoteles ha cerrado de manera temporal como consecuencia de la parálisis de operaciones. De igual forma se menciona que los ingresos de los establecimientos hoteleros han disminuido en 11,4%, lo que se traduce en una pérdida económica de 140.000 millones de pesos por efecto de cancelaciones, tanto de reservas de alojamiento como de eventos. A nivel regional, el mayor impacto lo viven las ciudades de Cartagena, Bogotá, Barranquilla, Cali, Pereira, Medellín y los departamentos de Huila, Valle del Cauca, Quindío, Risaralda, Tolima, Meta, Antioquia, Caldas, Norte de Santander, Boyacá, Nariño y Magdalena (Cotelco, 2020).

Hasta la fecha, se desconocen las cifras económicas en cuanto a pérdidas y a su vez el tiempo de recuperación como consecuencia de la epidemia COVID-19 en el sector turismo en el mundo y Colombia.

5.3 Concepto sobre evaluación de la competitividad

Según Michael Porter señala que “la competitividad debe entenderse en término de la capacidad de mejorar e innovar constantemente para generar ventajas diferenciales frente a los competidores, lo cual implica un análisis estructural de los mercados para elegir las alternativas más viables”. Para el sector turismo la competitividad indica que los productos, servicios y estructuras de los destinos turísticos deben aumentar sus valores agregados y permitir el desarrollo de ventajas competitivas para el sector turístico en general, a partir de la suma de todos los valores agregados de los subsectores que lo conforman (Bravo & Pérez, 2009).

La competitividad entre las regiones de los destinos turísticos se refleja cada vez más a las que se adaptan a las necesidades de las nuevas tendencias de los turistas y del mercado en general; la competitividad turística se sustenta en la calidad como herramienta para lograr la

productividad y diferenciación de los productos y destinos, creando factores diferenciales entre los competidores en los mercados turísticos.

Recordando nuevamente la estrategia nacional para el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 el objetivo es el de **mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales** (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018).

El Foro Económico Mundial (FEM) publica cada dos años el índice de competitividad de Viajes y Turismo, que mide los factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible del sector, lo que a su vez contribuye a mejorar la competitividad del país. En 2019, Colombia subió siete puestos en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo con relación a la calificación de 2017, para el ministro de Comercio, Industria y Turismo, José Manuel Restrepo, “El puntaje de Colombia está ubicado junto al de otras economías emergentes con clases medias en aumento, lo que se traduce en una oferta creciente del turismo. Se trata de países ricos en recursos naturales y culturales, pero con retos en términos de infraestructura y competitividad” (MinCIT, 2019).

La metodología tiene por objeto evaluar la competitividad del sector turismo en las regiones, donde se consolidan aspectos que se deben cumplir para ser competitivas y sostenibles en sus procesos para llevar a cabo el desarrollo del turismo; con oportunidades y capacidades propias de la región como factor de desarrollo local. Así mismo, permite identificar oportunidades de mejora para trabajar de manera conjunta e incrementar la competitividad del sector turismo en las regiones.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 Tipo de investigación

La metodología que se utiliza para el desarrollo del trabajo es la combinación del estudio descriptivo y documental. La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, así mismo describe tendencias de un grupo o población; dada la anterior definición, el trabajo se enfoca en el análisis de las variables que tienen incidencia para desarrollar la competitividad del sector turismo en las regiones de Colombia (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Finalmente, en la investigación documental se realiza la búsqueda de información contenida en documentos físicos y medios electrónicos, utilizándose para el trabajo fuentes de entidades gubernamentales, privadas, internacionales y otras metodologías de evaluación de competitividad, entre otras. Una vez obtenida la información se realiza el proceso de selección, lectura, registro, organización, descripción y análisis de los distintos enfoques de evaluación que sirven para formular una metodología para la evaluación de la competitividad del sector turístico en las regiones de Colombia.

6.2 Recolección de datos

El desarrollo metodológico de la investigación se soporta en fuentes de información secundarias, con énfasis en la revisión de los principales índices de medición de la competitividad del turismo a nivel nacional e internacional, las políticas y documentos estratégicos del sector turismo en Colombia y publicaciones en Web sobre competitividad en el

sector turístico colombiano e internacional. Las fuentes que aportan de manera más significativa a la investigación fueron los resultados del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia 2019 del Centro de Pensamiento Turístico¹ (CPTUR), el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo 2019 (TTCR) del Foro Económico Mundial², el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo³ y el documento Caja de Herramientas para el Sector Turístico del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

6.3 Diseño de la investigación

El método aplicado a esta investigación corresponde al Método analítico-sintético. Analítico por que se parte de la descomposición y análisis de diferentes variables del sector turístico provenientes de fuentes internas y externas, de investigaciones, de información de entidades privadas, publicas nacionales e internacionales como las publicaciones de la Organización mundial de Turismo y Fondo Nacional de Turismo. También, estudios e investigaciones de la cadena de valor del sector, de los ejes para el desarrollo de los corredores turísticos colombianos, el índice de competitividad turística regional, la información estadística del Centro de pensamiento turístico colombiano, entre otros. Es sintético por que la información de las fuentes mencionadas permite realizar un análisis en conjunto de estas variables para

¹ El Centro de Pensamiento Turístico de Colombia – CPTUR es una unidad de investigación para la reflexión y análisis del sector turístico, creado por La Asociación Hotelera y Turística de Colombia – Cotelco, en asocio con la Fundación Universitaria Cafam. (EN: <https://cptur.org/>).

² El Foro Económico Mundial es la Organización Internacional para la Cooperación Público-Privada, con sede en Ginebra, Suiza. El Foro es una fundación sin ánimo de lucro que combina y equilibra cuidadosamente lo mejor de muchos tipos de organizaciones, tanto del sector público como privado, organizaciones internacionales e instituciones académicas. (EN: <https://www.weforum.org/about/world-economic-forum>).

³ El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es la entidad en Colombia que promueve el desarrollo económico y el crecimiento empresarial, impulsa el comercio exterior y la inversión extranjera y fomenta el turismo, fortaleciendo el emprendimiento, la formalización, la competitividad, la sostenibilidad y el posicionamiento de las empresas en el mercado local e internacional. (EN: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/organizacion/mision-vision-objetivos-normas-principio-etico>).

integrarlas de manera holística en componentes y descriptores, que al ser clasificados y ordenados se constituyen en los elementos de análisis de la herramienta.

7. DESARROLLO DEL TRABAJO

Para el desarrollo de la metodología para la evaluación de la competitividad del sector turístico en las regiones de Colombia, fue indispensable la identificación de modelos y metodologías que miden la competitividad del sector turístico tanto a nivel nacional como internacional, siendo referentes para la metodología el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia 2019 del Centro de Pensamiento Turístico⁴ (CPTUR) y el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo 2019 (TTCR) del Foro Económico Mundial; así mismo, como complemento se utilizan el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022, el documento Caja de Herramientas para el Sector Turístico y Corredores Turísticos tomados del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

En Colombia, el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia utiliza un modelo que incorpora algunos indicadores replicados del Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, donde lo constituyen los departamentos y la ciudad capital Bogotá, de igual manera lo adaptan para una escala subnacional, pero manteniendo las mismas bases metodológicas en la escala nacional. Lo anterior, se realiza con el fin de utilizar un modelo expresado en escalas comparables con las variables del Índice de Competitividad Global del

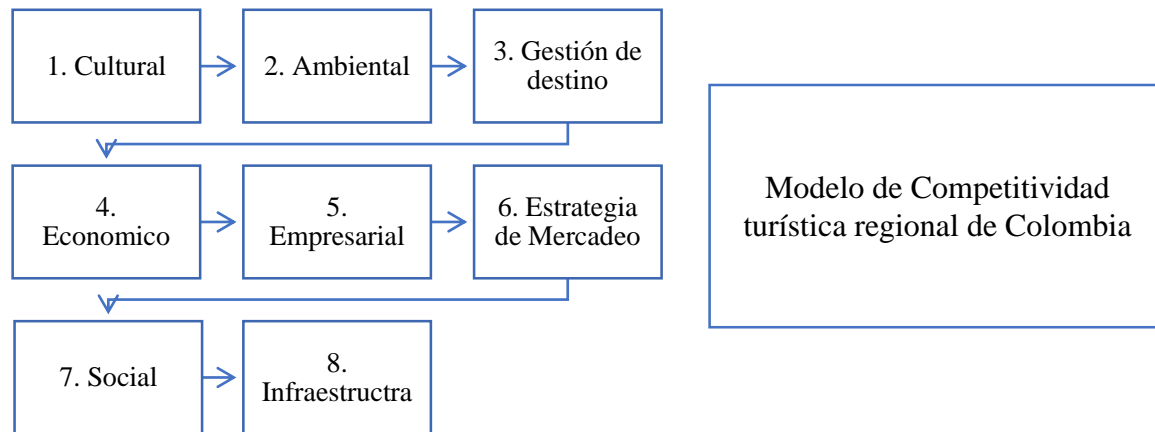
⁴ El Centro de Pensamiento Turístico de Colombia – CPTUR es una unidad de investigación para la reflexión y análisis del sector turístico, creado por La Asociación Hotelera y Turística de Colombia – Cotelco, en asocio con la Fundación Universitaria Cafam. (EN: <https://cptur.org/>).

Foro Económico Mundial y el Índice de Competitividad Departamental del Consejo Privado de Competitividad.

El Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia mide y analiza ciento cuatro indicadores, divididos en ocho criterios; el modelo presenta la situación del sector turístico en el destino, de tal forma que permita explicar la interrelación de sus factores, causas y efectos en la búsqueda del desarrollo sectorial competitivo (figura 1).

Figura 1.

Criterios de Medición Modelo de Competitividad turística regional de Colombia.

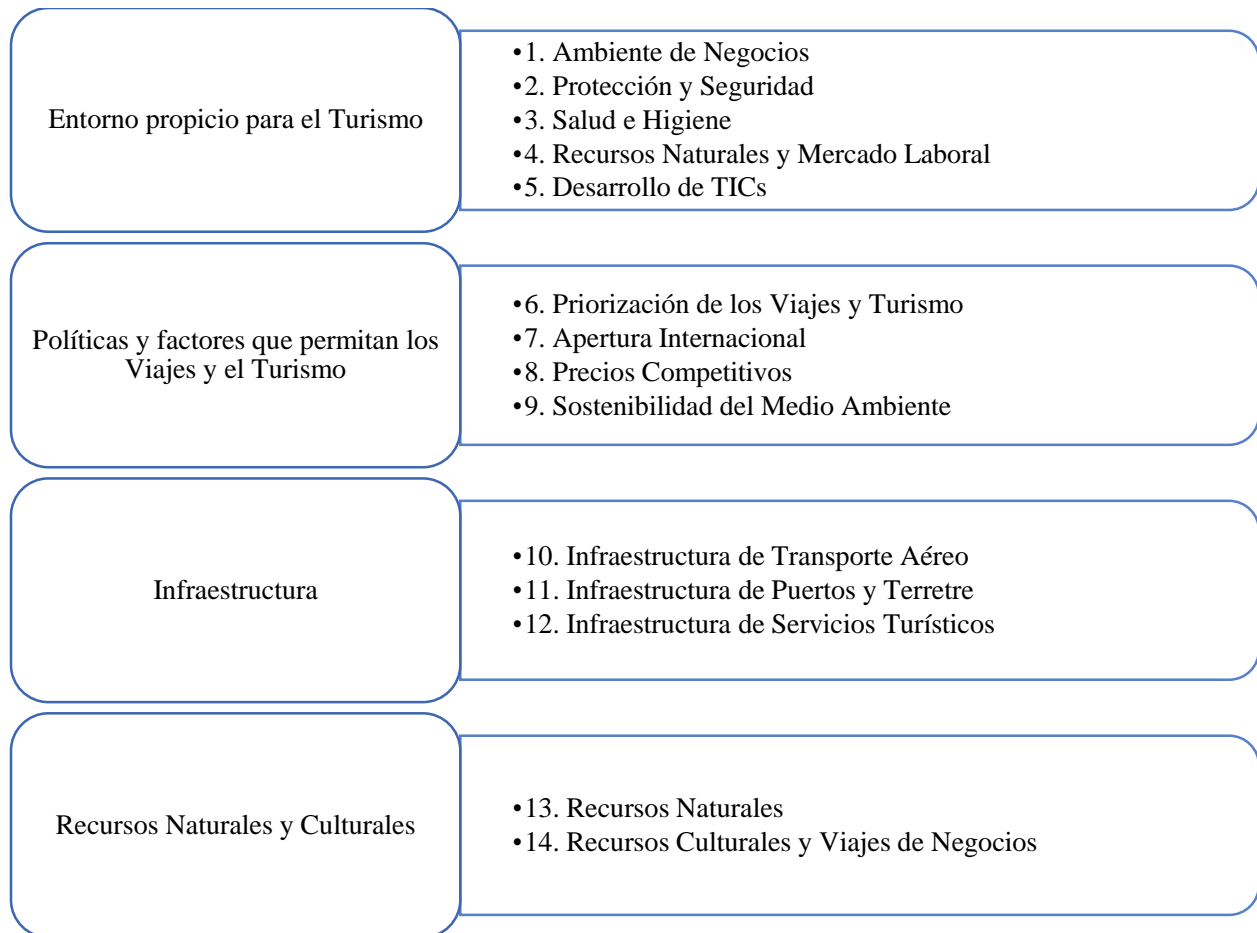


Fuente: Elaboración propia del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia 2019.

Otro modelo de competitividad identificado en las fuentes secundarias es el del Foro Económico Mundial basado en una metodología que integra las últimas estadísticas de organizaciones mundiales. El informe de competitividad de viajes y turismo proporciona una herramienta para los responsables políticos, empresas y sectores complementarios para entender y anticipar tendencias emergentes y riesgos en viajes globales y turismo, adaptar sus políticas y prácticas, y acelerar nuevos modelos que garantizan el crecimiento del sector turismo. El índice de competitividad de viajes y turismo está conformado por cuatro subíndices, 14 pilares y 90 indicadores individuales, distribuidos entre los diferentes pilares (figura 2).

Figura 2.

Criterios de Medición Modelo de Competitividad Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial.

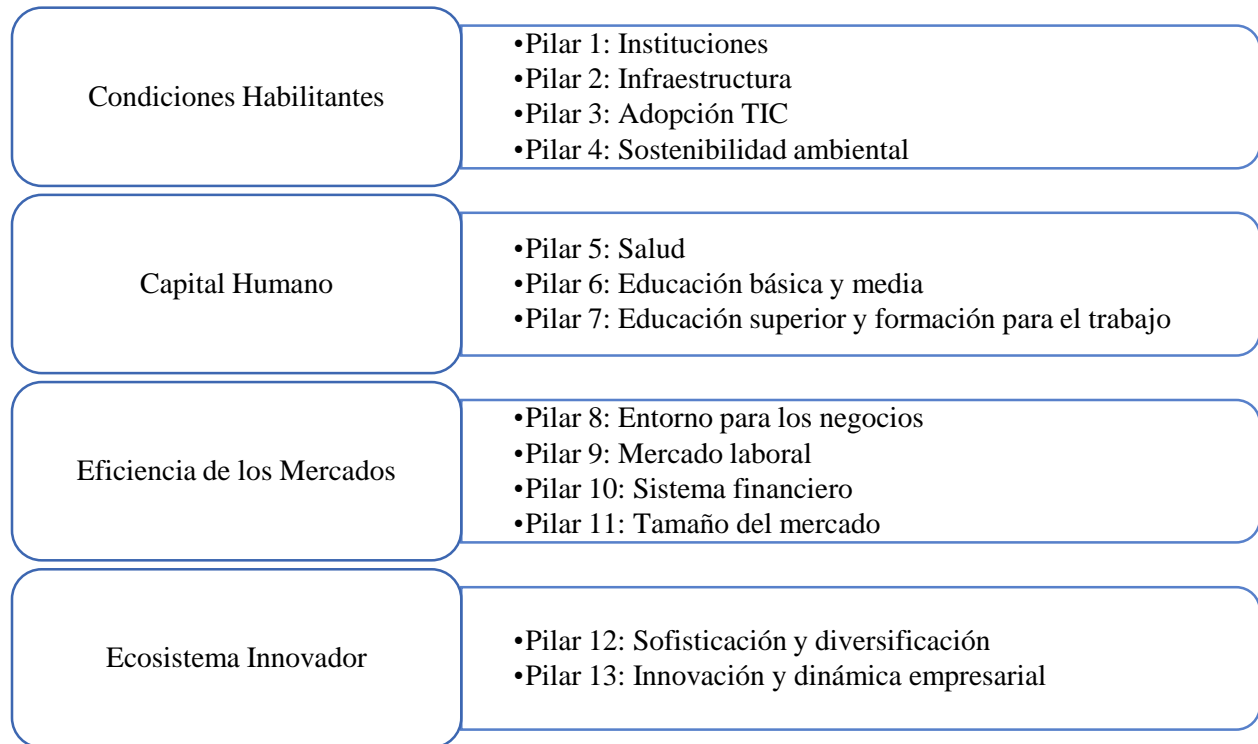


Fuente: Elaboración propia del Reporte de Competitividad Viajes y Turismo del Foro Económico 2019.

El Índice Departamental de Competitividad (IDC), en su versión 2019, incluye un proceso de actualización metodológica con base en el Índice Global de Competitividad (IGC) del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), el propósito es ofrecer información pertinente, robusta y confiable para que las regiones puedan tomar decisiones de política pública basadas en evidencia. Para el cálculo del Índice Departamental de Competitividad se utiliza una ruta metodológica basada en análisis estadísticos y cuantitativos, que permite fortalecer y garantizar la idoneidad de los resultados y presentar información coherente y confiable. El modelo cuenta con un total de 13 pilares que se describen a continuación (figura 3):

Figura 3.

Criterios de Medición Modelo Índice Departamental de Competitividad del Consejo Privado de Competitividad.



Fuente: Elaboración propia del Índice Departamental de Competitividad del Consejo Privado de Competitividad 2019.

7.1 Metodología para la evaluación de la competitividad

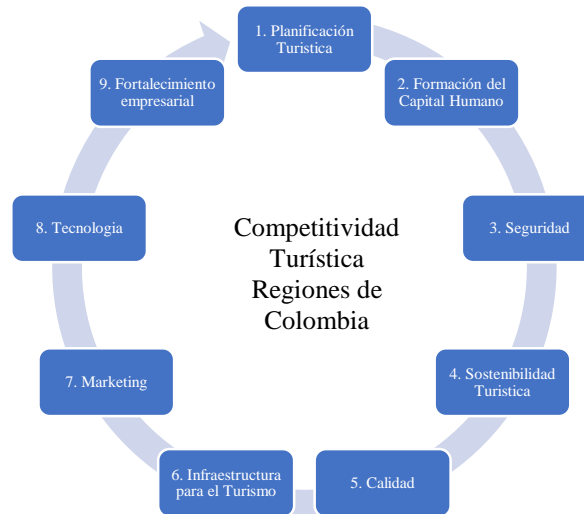
Una vez identificados los modelos que evalúan la competitividad del turismo a nivel nacional e internacional, se concluye la similitud de los diferentes criterios, pilares e indicadores con el objetivo de generar información para responsables políticos, empresas y sectores complementarios que pueden adaptar políticas y prácticas para mejorar la competitividad de un país o zona como destino turístico.

Dado que el presente trabajo se fundamenta en fuentes secundarias, se realiza la compilación de las referencias mencionadas en el desarrollo de la metodología, determinando como prioritarios para el desarrollo del instrumento la combinación de nueve (9) factores y doscientos cinco (205) aspectos, que permiten realizar un diagnóstico para establecer la situación actual del destino turístico, identificar las capacidades y debilidades propias de la región.

En la estructura del instrumento se consideran nueve (9) factores que se definen a continuación:

Figura 4.

Factores para la evaluación de la competitividad del sector turístico en las regiones de Colombia.



Fuente: Elaboración propia.

7.1.1 Planificación Turística

La planificación debe iniciar con la adquisición de datos reales, basados en estudios e investigaciones que permitan a los directivos tomar decisiones de manera oportuna y apropiada en cada una de sus organizaciones, por tanto, esta premisa también es importante para el sector turístico. La planeación busca estar preparado para afrontar el futuro y anticiparse a los

obstáculos que se pueden presentar. Es el caso del COVID 19 que, si bien ha castigado a todo el planeta, uno de los sectores más afectados es el turístico y cuya reactivación debe ser planeada para acelerar su recuperación que se prevé no menor a un año. La pérdida de recursos, empleos y estancamiento del desarrollo económico en las regiones donde es su principal actividad económica es el turismo es un agravante social que necesita planearse de forma acelerada.

La Organización Mundial de Turismo (OMT), se refiere a que la planificación turística garantiza la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales. Por otro lado, busca la satisfacción de la demanda turística como un generador de desarrollo económico y social.

La herramienta busca que sus usuarios dispongan de una guía para evaluar aspectos desde la integración de la estrategia a los planes de acción de las regiones, el análisis del entorno y la definición de sus objetivos, pasando por la identificación de las capacidades competitivas de las regiones y su preparación para la caracterización y administración del riesgo, todo lo anterior identificando la participación de los sectores públicos y privados.

7.1.2 Formación del Capital Humano

Una vez analizados los diferentes modelos de competitividad del turismo, el factor formación del capital humano ocupa un lugar muy importante para la cadena de valor del turismo en las regiones de Colombia, siendo considerado este factor por el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 como fundamental para mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico, fortaleciendo la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo con el fin de lograr el posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.

Una de las seis líneas estratégicas del Gobierno Nacional es el fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo, buscando generar capacidades para el talento humano con énfasis en el bilingüismo, el fortalecimiento de la Guianza Turística y del programa de Colegios Amigos del Turismo (CAT).

En Colombia a través de las regionales del SENA incentiva y promociona la formación y titulación como Tecnólogos en Guianza Turística en la modalidad a distancia; buscando fortalecer las habilidades para orientar, instruir y asistir las necesidades de los turistas; preparar los planes, rutas, protocolos y actividades requeridas por los clientes; conducir caminatas y ofrecer información histórica; organización administrativa de los servicios y además obtienen formación en inglés (SENA, 2016).

Con respecto al programa Colegios Amigos del Turismo (CAT), es una iniciativa del Viceministerio de Turismo, que busca integrar a los Establecimiento Educativos al desarrollo del turismo como actividad de carácter prioritario tanto para fomentar el buen uso del tiempo libre de los estudiantes a nivel nacional, como para ofrecerles alternativas sobre sus proyectos de vida y profesionales. Los programas se orientan a generar valores culturales, históricos, ecológicos, étnicos, fomentar la apropiación del territorio, reconocimiento del turismo como un potencial de desarrollo regional y nacional, enseñar sobre legalidad desde la infancia, motivar la profesionalización en turismo, entre otros (MinCIT, 2016).

Según los programas del Sistema Nacional de Información para la Educación Superior en Colombia, en turismo se encuentran los niveles de pregrado y posgrado impartidos por Instituciones Técnica Profesional, Tecnológica, Escuela Tecnológica y Universidades, identificándose las siguientes (tabla 2):

Tabla 2.

Programas - Sistema Nacional De Información Para La Educación Superior En Colombia 2018 En Adelante.

Nombre Del Programa
Turismo
Tecnología en Turismo y Hotelería
Tecnología en Turismo e Idiomas
Tecnología en Operaciones Turísticas
Tecnología en Marketinkg de Servicios Turísticos
Tecnología en Gestión Turística y Hotelera
Tecnología en Gestión Turística y Gastronómica
Tecnología en Gestión Turística
Tecnología en Gestión Hotelera y Turística
Tecnología en Gestión del Turismo Sostenible
Tecnología en Gestión del Ecoturismo
Tecnología en Gestión De Empresas Y Destinos Turísticos
Tecnología en Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras
Tecnología en Administración Turística y Del Patrimonio
Técnico Profesional en Procesos Administrativos Turísticos
Técnico Profesional en Hotelería y Turismo
Técnica Profesional en Turismo Sostenible
Técnica Profesional en Turismo
Técnica Profesional en Procesos Del Turismo Sostenible
Técnica Profesional en Operación Turística y Gastronómica
Técnica Profesional en Operación Turística
Técnica Profesional en Hotelería y Turismo
Técnica Profesional de Procesos Administrativos En Hotelería y Turismo
Profesional en Turismo y Gastronomía
Maestría en Planificación y Gestión del Turismo
Maestría en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible
Maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas
Hotelería y Turismo Ecológico
Hotelería y Turismo
Gestión en Ecología y Turismo
Especialización Tecnológica en Turismo Rural
Especialización Tecnológica en Turismo de Salud y Bienestar
Especialización Tecnológica en Gestión del Ecoturismo
Especialización Tecnológica en Diseño de Proyectos Turísticos
Especialización Marketing Estratégico para Hotelería y Turismo
Especialización en Turismo, Ambiente y Territorio
Especialización en Planificación del Turismo Sostenible
Especialización en Alta Gerencia en Turismo de Salud

Administración Turística y Hotelera
Administración Turística y Del Patrimonio
Administración Turística
Administración del Turismo Sostenible
Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Administración de Empresas Turísticas

Fuente: Elaboración propia de la base de datos Sistema Nacional de Información para la Educación superior en Colombia.

Con la información anterior, se plantea una serie de aspectos que buscan identificar en el destino turístico en que porcentaje se encuentra desarrollada la Formación del Capital Humano, así mismo el nivel de importancia, las estrategias, convenios, planes de acción que ejecutan los diferentes actores turísticos.

7.1.3 Seguridad

El factor Seguridad se considerada en el instrumento de medición como indispensable, importante y crítico, para evaluar la competitividad del sector turístico; de acuerdo con el Foro Económico Mundial el indicador Seguridad y Protección toma en cuenta el costo del crimen y la violencia común, así como terrorismo y la medida en que los servicios de policía pueden ser confiables para proporcionar protección contra el crimen. Este factor es considerado crítico porque es probable que el turista sea disuadido de viajar a países o regiones peligrosas afectando el desarrollo del turismo en el destino.

En este criterio se evalúan aspectos relacionados con la seguridad sanitaria, puesto que es una de las prioridades de la Organización Mundial de la Salud (OMS) ya que los sistema de salud pública del mundo son reiteradamente puestos a prueba de enfermedades emergente y reemergentes, alteraciones ambientales, desastres naturales y la liberación accidental o intencional de diferentes agentes que pueden provocar situaciones de emergencia para la salud pública. A nivel mundial, se cuenta con el Reglamento Sanitario Internacional siendo su

finalidad y alcance prevenir la propagación internacional de enfermedades, proteger contra esa propagación, controlarla y darle una respuesta de salud pública proporcionada y restringida a los riesgos para la salud pública, evitando al mismo tiempo las interferencias innecesarias con el tráfico y el comercio internacional (Organización Mundial de la Salud, 2016).

Lo anterior, se menciona por la situación que se presenta a nivel mundial por la pandemia COVID-19 que afecta drásticamente al sector turismo generando hasta la fecha pérdidas económicas incalculables y es preciso mencionar la importancia de este aspecto porque para iniciar su reactivación se deben generar estrategias para el plan de seguridad sanitaria.

El Gobierno Nacional cuenta con un Plan de Seguridad para el Turismo liderado desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que pretende ser la fuerza motora para continuar con la creación de mejores condiciones para los destinos y los turistas, promoviendo la organización y coordinación de acciones de cooperación para la seguridad, que requiere el turismo (MinCIT, 2016).

Teniendo en cuenta los modelos de evaluación de competitividad y las fuentes secundarias, se plantean aspectos en el factor seguridad que permitan evaluar en los destinos turísticos el nivel de desarrollo en el que se encuentran actualmente.

7.1.4 Sostenibilidad Turística

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), turismo sostenible es “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (UNWTO, s.f.).

Para un país como Colombia considerado como el segundo más biodiverso del mundo (Lacouture, 2019), la sostenibilidad en el turismo cobra gran importancia por la necesidad de proteger el patrimonio natural y cultural de la nación y al mismo tiempo ofrecer productos turísticos de calidad que cumplan con las expectativas de los turistas, generen un alto grado de satisfacción y desarrollen sus actividades de forma responsable y respetuosa con la naturaleza, las comunidades que hacen parte del destino turístico, sus costumbres y cultura.

La actividad turística tiene un impacto en la calidad de vida y la economía de las comunidades que habitan en los destinos turísticos, de allí la importancia de tomar las medidas necesarias para garantizar un desarrollo sostenible a largo plazo, esto a través de lograr un equilibrio entre lo medioambiental, económico y sociocultural, mediante el uso óptimo de los recursos medioambientales, ayudando a conservar los recursos naturales y la biodiversidad biológica, el desarrollo de actividades económicas que contribuyan a la reducción de la pobreza de las comunidades anfitrionas a través de la obtención de ingresos y servicios sociales, y en lo sociocultural contribuyendo al entendimiento y la tolerancia intercultural al respetar la autenticidad de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales (UNWTO, s.f.).

En la definición de los factores que influyen en la competitividad del sector turístico se considera la Sostenibilidad Turística como de gran importancia para garantizar la permanencia a mediano y largo plazo del sector e indispensable para su desarrollo. Dentro de los aspectos fundamentales para la medición de este factor se encuentran aquellos relacionados con la protección y preservación de los recursos naturales y el patrimonio cultural, el desarrollo del ecoturismo y del turismo cultural, los controles sobre el uso y tratamiento del agua y las regulaciones ambientales.

7.1.5 Calidad

La relación entre el desarrollo sostenible y el crecimiento económico para el sector turístico en situaciones de dificultad debe ir acompañado de la oferta de servicios de calidad que busque el bienestar para los turistas en la medida que los patrones de consumo se modifiquen por las condiciones coyunturales en que nos encontramos.

Es importante conocer las normas a nivel local, nacional e internacional que en esta materia están definidas y el grado de implementación de los sectores turísticos en cada una de ellas, para lo cual se precisa de condiciones mínimas como presupuestales, conocimiento técnico, logística adecuada, talento humano capacitado, seguimiento, mejora continua, entre otros aspectos que de forma holística deben integrarse para responder a las necesidades de las partes interesadas y el cumplimiento de las expectativas del turista.

Los procesos normativos se han convertido en un instrumento para la gestión del desarrollo turístico sostenible; el aporte de estas normas permite fortalecer la capacidad regulatoria de los organismos turísticos y la incorporación de líneas estratégicas al sector. La mejora de la imagen turística de las regiones busca la asignación de recursos para el desarrollo de planes y programas turísticos, aporta a procesos normativos a nivel gubernamental y privado, fortalece los sectores turísticos y empresariales, transfiere tecnología, entre otros aspectos.

Por tanto, la aplicación normativa de un sistema de gestión enfocado a la calidad ha de considerarse como una herramienta que apoye a la gestión del sector turístico y aporte al desarrollo de la cadena de valor de forma regulada y metodológica.

7.1.6 Infraestructura para el Turismo

La infraestructura está directamente relacionada con el desarrollo socioeconómico y la competitividad de un país, la construcción de obras permite que los diferentes sectores se desarrollen al proporcionarles los servicios y los medios para la realización de sus actividades de carácter económico y social. Obras de infraestructura como la red vial de carreteras, el sistema portuario, las terminales aéreas y terrestres le permiten a la comunidad satisfacer las necesidades de movilidad de personas y carga con el propósito de realizar actividades básicas como el trabajo, el suministro y distribución de alimentos y materias primas, abastecimiento de bienes de consumo, acceso a servicios de salud y educación, entre otros.

Cuando se habla de infraestructura para el turismo se entiende como “aquella referente a estructuras físicas que mejoran o posibilitan la experiencia del turista cuando llega al destino turístico”, además de aquellas obras que le proporcionan las rutas de acceso al destino turístico (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

Entre los aspectos considerados como fundamentales para evaluar en el factor de Infraestructura para el Turismo, están los relacionados con los servicios públicos, servicios de salud, terminales de transporte aéreo y terrestre, atractivos turísticos, accesibilidad de personas en condición de discapacidad y servicios bancarios entre otros.

7.1.7 Marketing

La Organización Mundial del Turismo (OMT), define marketing de destino como una organización de destino, en el que se pueden involucrar diversas autoridades, agentes y profesionales, con el fin de facilitar las alianzas dentro del sector turístico con miras a un

proyecto colectivo para el destino; con funciones como aplicación de políticas turísticas, la planificación estratégica, el desarrollo de productos, la promoción y el marketing.

En el sector turismo la estrategia empresarial debe estar orientada a la calidad, marketing e imagen de marca, la cual permitirá negocios de mercado atractivos. Las tendencias y generaciones para el turismo se enfocan en tecnologías, experiencias, sostenibilidad, lo que indica la importancia de analizar las tendencias en turismo que debe desarrollar el destino turístico para fortalecerse en las diferentes estrategias de marketing.

En este factor se analizan aspectos de marketing digital, con experiencias diferenciadoras para los turistas, identificación del fortalecimiento de las identidades autóctonas, geografía turística, gastronomía, innovación y sostenibilidad turística, lo que permitirá a los actores del sector turístico identificar el nivel de desarrollo del marketing en el destino turístico.

7.1.8 Tecnología

La industria turística se mueve a gran velocidad, la tecnología es el instrumento que permite que esta dinámica se presente. El auge turístico y el desarrollo tecnológico ha logrado transformar no solo la experiencia del turista en sus visitas, también el propio sistema ha cambiado por los accesos que el turista tiene por medio del uso tecnológico, lo que ha disparado la informalidad o el uso de espacios no incluidos en el sector, como la renta de apartamentos y otros espacios, generando mayor competencia no regulada.

El sector turístico, debe ir a la vanguardia de estos desarrollos para evitar que esta situación se presente y le afecte considerablemente. El reto del turismo es adecuar la tecnología para ser más atractivo al turista brindando seguridad en las nuevas experiencias.

Desarrollos tecnológicos como: la tecnología móvil que permite tener en nuestros teléfonos todo tipo de información de hoteles, restaurantes, datos de embarques etc.; la realidad aumentada que permite ver el interior de recintos, hoteles, cruceros, como teletransportación a cada escenario; el internet de las cosas que incorpora sensores a cualquier objeto físico en autos y edificaciones generando nuevas experiencias en los turistas; los asistentes de voz que facilitan las comunicaciones como la traducción inmediata a cualquier idioma de una conversación; el uso de bases de datos para el sector turístico es muy importante, permite conocer inmediatamente las necesidades y establecer así los target más adecuados, de ahí la importancia del Big Data. Este tipo de desarrollos es importante evaluarlos para incorporarlos a los espacios turísticos encontrando la viabilidad económica y estratégica en su implementación.

7.1.9 Fortalecimiento Empresarial

Según la Caja de Herramientas para el Sector Turístico el desarrollo empresarial se define como “conjunto de acciones orientadas hacia la formalización, fortalecimiento e innovación empresarial; que contribuyen al mejoramiento de la competitividad de los empresarios vinculados a la actividad turística” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

La labor que realizan las administraciones territoriales para el fortalecimiento empresarial es fundamental para el desarrollo del sector comercial y empresarial del destino turístico, ya que son estas quienes garantizan a través de políticas, normas y controles, la legalidad y el cumplimiento de los requisitos exigidos para la prestación de los servicios y productos ofrecidos a los turistas.

De igual forma las entidades, agremiaciones, organizaciones privadas y públicas que apoyan y promueven el desarrollo de los empresarios locales, artesanos, artistas locales, son claves para el fortalecimiento y sostenibilidad económica del destino turístico.

Los aspectos más importantes a evaluar en el factor de Fortalecimiento Empresarial son los relacionados con los trámites y procedimientos para la creación de empresas turísticas, la formalización de las unidades productivas, identificación de los actores de la cadena de valor, promoción de los servicios turísticos y el apoyo para creación de empresas de vocación turística.

7.2 Explicación del método del instrumento

Evaluar la competitividad de un destino turístico requiere del conocimiento de la situación actual de cada uno de los factores que influyen en la competitividad del sector, para ello es necesario realizar un diagnóstico a través de instrumentos como indicadores, entrevistas, formularios o encuestas que permitan recoger la información requerida para la medición.

Para la metodología propuesta se crea un instrumento de diagnóstico tipo encuesta, que permite recolectar y procesar la información proporcionada por los actores que conforman o se relacionan con el sector turístico de la región a evaluar, aportando información relevante sobre la situación actual de los aspectos relacionados con cada uno de los factores de competitividad. Los factores para evaluar son: planificación turística, formación del capital humano, sostenibilidad turística, seguridad, calidad, infraestructura para el turismo, marketing, tecnología y fortalecimiento empresarial; para la aplicación del instrumento de diagnóstico es necesario disponer de la información del destino turístico, esta información debe ser precisa, relevante, comprensible y de fuentes confiables con el fin de que el resultado del diagnóstico sea de la

calidad esperada. A continuación, se lista la información considerada relevante para la aplicación del instrumento:

- Planes estratégicos y de acción para el sector turístico
- Normatividad, políticas y lineamientos expedidos por la entidad territorial para el desarrollo y protección del sector turístico.
- Bases de datos y estadísticas relacionadas con los productos y servicios turísticos.
- Planes de manejo ambiental y protección de los recursos naturales y culturales.
- Programas de educación orientados al sector turístico.
- Políticas de protección sanitaria e higiene alimentaria para el sector turístico.
- Programas para la protección y seguridad del turista.

7.3 Instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística

Actualmente existen modelos que miden la competitividad turística, a nivel de región se encuentra el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia y a nivel del país el Índice Global de Competitividad (IGC) realizado por el Foro Económico Mundial y publicado en el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo – TTCI, si bien es cierto que estas mediciones describen la metodología utilizada en sus respectivos informes, no ponen a disposición los instrumentos y herramientas utilizadas para la recolección y procesamiento de la información, esto debido a que su propósito es el de entregar los resultados de la medición y no los medios para realizarla.

El objetivo de desarrollar este instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística, es el de brindar a los empresarios, ejecutivos, funcionarios públicos, que ocupan cargos con poder decisorio, la posibilidad de realizar un autodiagnóstico que les permita tener de

primera mano una evaluación por cada uno de los factores de competitividad y un valor general de su grado de desarrollo en el sector turístico, esta información se convierte en un insumo valioso para identificar hacia donde deben enfocar sus esfuerzos para el logro de la competitividad turística de su región.

7.4 Funcionamiento del instrumento de diagnóstico

Para la realización del diagnóstico, el instrumento cuenta con una sección por cada factor, la cual contiene enunciados relacionados con los aspectos fundamentales identificados para cada uno. La calificación por factor se hace evaluando cada uno de los enunciados propuestos de acuerdo con la escala establecida, bajo el entendido que deben tomarse como afirmaciones y validar su grado de veracidad al aplicarlas al destino turístico que se está evaluando.

Para obtener el puntaje por factor, se calcula el promedio simple entre los valores de las respuestas obtenidas, considerando que todos los datos tienen el mismo peso, de igual forma el resultado de competitividad para el destino turístico se calcula sacando el promedio simple entre el puntaje obtenido por los factores. Todos los cálculos son realizados de forma automática por el instrumento de diagnóstico.

7.5 Definición de la Escala utilizada

La herramienta de medición utilizada es la a escala de Likert que, a diferencia de preguntas para respuestas de sí o no, nos permite medir y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación, en este caso aspectos, que se enuncian en la herramienta al encuestado. De acuerdo con esto, las cinco categorías propuestas para resolver cada una de las afirmaciones sirven para capturar la percepción del encuestado sobre cada aspecto dentro de los

nueve (9) factores. Son cinco (5) categorías, porque se quiere que el encuestado matice su opinión de cada una de ellas.

Todos los aspectos deben ser calificados para que la herramienta pueda consolidar los datos y generar las tablas correspondientes.

Las cinco categorías propuestas incluyen un valor numérico así:

Categoría:	Nada	Incipiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Valor numérico:	1	2	3	4	5

Categorías

- **Nada, valor numérico 1:** indica que el aspecto evaluado no está desarrollado en la región o zona evaluada, por tanto, de acuerdo con la opinión del encuestado no cuenta con criterios claros para asignar otra calificación según la afirmación propuesta, debe colocar una “X” en la casilla correspondiente.
- **Incipiente, valor numérico 2:** al colocar “X” en la columna de la categoría incipiente, el evaluador debe conocer que el aspecto evaluado se encuentra en una etapa temprana de desarrollo y no hay suficientes elementos y registros que le permitan dar otra calificación.
- **Aceptable, valor numérico 3:** el aspecto al ser clasificado como aceptable obtiene una calificación intermedia de 3, lo que representa que el evaluador considera que el aspecto evaluado esta medianamente desarrollado dentro del factor. Es decir que falta realizar un trabajo importante para dinamizar este aspecto dentro de la región turística evaluada.
- **Bueno, valor numérico 4:** El aspecto calificado en la Columna de bueno, obtiene una calificación numérica de 4, lo que representa para el evaluador un importante grado de implementación exitosa pero que puede mejorarse. Esta calificación debe ir soportada por datos que permitan comprobar los avances en este aspecto.

- **Excelente, valor numérico 5:** si la calificación es excelente, el evaluador considera que el aspecto calificado tiene un desarrollo óptimo dentro de la región turística y puede considerarse como un referente en este ámbito. Lo cual debe ir acompañado de información y datos que permitan sustentar esta calificación.

Los resultados obtenidos deben ser analizados para integrarlos en los proyectos, planes de acción o de mejora, establecidos según la metodología propia de la entidad evaluada. Lo anterior, le permitirá determinar la implementación por etapas o secuencial y priorizar los factores a mejorar dependiendo las necesidades de la región turística, la asignación presupuestal y demás recursos que se disponga o la gestión a realizar para la consecución de estos.

7.6 Competencia del Evaluador

El instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística puede ser utilizado por diferentes actores del sector turístico, sin embargo, la recomendación de su uso es para las personas, empresarios, ejecutivos, funcionarios públicos, que ocupan cargos con poder decisorio y tienen dentro de sus funciones la responsabilidad de analizar información, interpretarla y tomar acciones sobre los resultados. Igualmente, los consultores pueden apoyarse en esta herramienta y orientar a los encuestados en el análisis de los resultados.

La interpretación de los resultados debe dar el insumo para diseñar los planes de acción o de mejoramiento correspondientes para la mejora de los factores evaluados. Al final de la ejecución de dichos programas se puede utilizar nuevamente el instrumento para determinar si las soluciones planteadas han sido exitosas.

8. CONCLUSIONES

La competitividad es considerada como elemento fundamental para todo tipo de organizaciones, personas, instituciones, organismos y países que buscan identificar sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con el fin de generar las diferentes políticas, estrategias, y planes desarrollando de esta manera el crecimiento en su actividad. En el caso del sector turismo, dentro de la revisión bibliográfica se evidencian conceptos, modelos e informes que miden índices de competitividad tanto a nivel mundial como regional siendo referente para muchos países el Índice Global de Competitividad (IGC) del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés) que se publica cada dos años.

En Colombia, se han desarrollado propuestas de medición de la competitividad turística a través de indicadores que evalúan el desempeño de las regiones en la prestación de servicios turísticos, como se evidencia en el Índice de Competitividad Turística Regional por medio de la recolección y consolidación de la información primaria y secundaria, transformación de las variables en indicadores, algoritmos, ponderaciones y finalizando con la definición del ranking de competitividad turística; este proceso es realizado por el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia – CPTUR y publicado en diciembre de cada año, sus resultados permiten a las autoridades departamentales, la priorización de las políticas y proyectos, con el fin de mejorar la situación competitiva del sector.

Consecuentemente, se analizan las principales coincidencias en variables, estrategias, criterios y pilares que componen la medición de la competitividad analizándose la interacción dinámica y compleja entre el Estado, entidades de Gobierno, agentes privados, públicos, empresas, asociaciones, comunidades, entre otros, para el desarrollo de las ventajas competitivas

de un destino turístico. De igual forma, a pesar de la diversidad de los modelos existentes para evaluar el índice de competitividad y el enfoque de cada una de ellas, el análisis refleja que ninguna de las metodologías revela la verdad absoluta dado que la dificultad radica en su condición de indicador relativo, es decir, se obtienen de una relación de cálculo entre una variable respecto a otra de diferente magnitud, para determinar si la región es o no es competitiva en el sector turístico, en cambio puede brindar información que les sirve a los países o regiones para compararse con otros, identificar las brechas y oportunidades de mejora del sector turismo.

Es por esto, que como resultado se desarrolla un instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística conformado por nueve (9) factores, que integran los criterios que se destacan de cada uno de los métodos analizados y con documentos como el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022, la Caja de Herramientas para el Sector Turístico y la Estrategia de Corredores Turísticos, tomados del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En cada factor se identifican los aspectos fundamentales para ser autoevaluadas con el fin de facilitar a las autoridades regionales y locales, empresarios y emprendedores obtener una medición de los factores y aspectos que afectan la competitividad del destino turístico.

La evaluación actual de los índices de competitividad turística no permite un análisis detallado de los factores que inciden en su resultado, por el contrario, el instrumento desarrollado tiene como fortaleza la integración de las bondades de cada una de las metodologías estudiadas, para identificar los aspectos más sensibles que afectan el resultado del grado de competitividad turística de la región, debido a la integralidad, facilidad de uso y acceso a la información que el evaluador tiene para aplicación del instrumento.

Finalmente, este estudio contempla la afectación que ha tenido el sector turismo como consecuencia de la crisis mundial generada por la COVID-19 y reconoce la necesidad de tomar

decisiones y ejecutar acciones que permitan en un corto plazo la reactivación y crecimiento del sector; es por esto que el autodiagnóstico que resulta de la aplicación del instrumento desarrollado en este trabajo, se convierte en un insumo para identificar de forma fácil y ágil los aspectos a los cuales se les deben generar de manera prioritaria estrategias y planes de acción que permitan una rápida reactivación del sector, bajo el entendido de que la seguridad y confianza que genere el destino turístico en sus visitantes es fundamental para su desarrollo y permanencia.

9. RECOMENDACIONES

La crisis socioeconómica ocasionada por la pandemia de COVID-19 ha afectado la economía a nivel mundial siendo el turismo uno de los sectores más perjudicados. Actualmente, no se conoce cuando será el fin de la pandemia ni el impacto que pueda llegar a tener en el sector del turismo, lo que sí es claro, es la necesidad de tomar medidas que permitan la reactivación del sector tan pronto como sea posible y considerando que las prioridades y preferencias de los turistas pueden verse modificadas por los cambios generados en sus hábitos, actitudes y forma de pensar como consecuencia de las experiencias vividas por la COVID-19.

Con el objetivo de prestar apoyo a los gobiernos, al sector privado y a la comunidad internacional para salir de la crisis que enfrenta el sector, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha elaborado el Programa de Asistencia Técnica para la Recuperación del Turismo de la Crisis de la Covid-19 (Organización Mundial del Turismo, 2020) y el documento Apoyo al Empleo y a la Economía a Través de los Viajes y el Turismo (Organización Mundial del Turismo, 2020) este último elaborado por la OMT con la contribución de los Miembros del Comité de Crisis Mundial para el Turismo.

Tomando como base estos dos documentos, se realizan algunas recomendaciones que se sugiere sean tenidas en cuenta al realizar el diagnóstico de la competitividad turística con el uso del instrumento desarrollado en este trabajo:

- Reorientar la cadena de valor del turismo hacia la sostenibilidad, buscando la generación de productos y servicios sustentables que disminuyan el impacto ocasionado por el consumo de la actividad turística en los recursos naturales y el patrimonio social y cultural de la comunidad que habita el destino turístico.
- La fase de recuperación del turismo requiere de fuertes campañas que posicionen nuevamente el turismo y generen confianza y seguridad en los turistas. Este es el momento indicado para que aquellos destinos con vocación turística que no cuentan con el reconocimiento a nivel nacional e internacional, den a conocer sus atractivos turísticos y logren impulsar el desarrollo del sector en su región.
- La salud, la seguridad y la higiene han cobrado gran relevancia en el sector turismo por la necesidad de garantizar a sus empleados y clientes las condiciones de bioseguridad que reduzcan al mínimo su exposición al riesgo; es por esto que se hace indispensable la revisión y adecuación de los protocolos de higiene y desinfección, el rediseño de los espacios de acceso y circulación, la adecuación de las áreas de desarrollo de las actividades turísticas garantizando el distanciamiento mínimo, así como la implementación de las demás medidas de protección y prevención que generen confianza y seguridad en el destino turístico.
- La innovación de productos y servicios es algo que se requiere en un momento de cambio como el que está enfrentando el sector, es necesario entender las nuevas necesidades de los turistas y adaptarse para cumplir con sus expectativas. Con la reactivación del sector se espera un aumento en la preferencia del turismo sostenible, turismo de naturaleza y bienestar y

aquellas actividades enfocadas a pequeños grupos de personas y diseñadas de forma

diferenciada, la gente necesita estar en un espacio en el que pueda sentir confianza y seguridad.

- Se espera que en una fase inicial se reactive el turismo interno o doméstico y el turismo intrarregional, considerando que las restricciones en viajes terrestres y aéreos se levanten primero al interior de los países; esto se convierte en una gran oportunidad para el turismo en las regiones, por lo que se hace necesario que se diseñen estrategias y planes que logren en un corto plazo desarrollar el sector turístico y dinamizar su economía. La estrategia de corredores turísticos del Gobierno Nacional, el apoyo de entidades públicas como FONTUR, las alianzas publico-privadas y las organizaciones privadas pertenecientes al sector turístico son fundamentales para el desarrollo técnico y para la consecución de fuentes de financiación.

El instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística desarrollado en este trabajo, puede ser utilizado por diferentes actores del sector turístico, sin embargo, la recomendación de su uso es para las personas, empresarios, ejecutivos y funcionarios públicos, que ocupan cargos con poder decisorio y tienen dentro de sus funciones la responsabilidad de analizar información, interpretarla y tomar acciones sobre los resultados. Igualmente, los consultores pueden apoyarse en esta herramienta para la realización del diagnóstico de la competitividad turística en una región y orientar a los encuestados en el análisis de los resultados.

10. REFERENCIAS

BID (2017). *Desarrollo productivo e innovación: en busca de un desarrollo sostenible*.

Medellín, Colombia. Recuperado de

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Desarrollo-productivo-e-innovaci%C3%B3n-En-busca-de-un-desarrollo-sostenible-Memorias-de-la-Tercera-Cumbre-sobre-Conocimiento-y-Pol%C3%ADticas-entre-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-y-China.pdf>

Bravo, A., & Pérez, B. H. (2009). *Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial*. Recuperado de

http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/82.Politica_de_Competitividad_Turistica.pdf

Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (17 de diciembre de 2019). *Indice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC*. Recuperado de

<https://cptur.org/publicaciones/PfWPoywPSNTrbBR>

Cotelco (16 de Marzo de 2020). *Sector hotelero de Colombia en crisis por efectos del Covid-19*.

Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.cotelco.org/noticias/Coronavirus>

Dinero (27 de septiembre de 2019). *2019- El año del turismo colombiano*. Recuperado de

<https://www.dinero.com/economia/articulo/2019-el-ano-de-turismo-colombiano/277238>

El Tiempo (18 de 03 de 2019). *El turismo crece más que la economía en Colombia: Consejo*

mundial. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/crecimiento-del-pib-en-colombia-segun-consejo-mundial-de-viajes-y-turismo-wttc-333956>

Recuperado de [https://www.fiducoldex.com.co/seccion/noticias/12-corredores-](https://www.fiducoldex.com.co/seccion/noticias/12-corredores-tur%C3%ADsticos-ser%C3%A1n-el-motor-de-las-regiones)

[tur%C3%ADsticos-ser%C3%A1n-el-motor-de-las-regiones](https://www.fiducoldex.com.co/seccion/noticias/12-corredores-tur%C3%ADsticos-ser%C3%A1n-el-motor-de-las-regiones)

Forero, N. A. (2007). *Metodología, método y propuestas metodológicas en Trabajo Social*. 12, 123.

Foro Económico Mundial (04 de 09 de 2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Recuperado de <https://es.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edición ed.). México: McGraw-Hill.

Lacouture, M. C. (2019). *Turismo sostenible: diez consejos para lograrlo*. Bogotá: Editorial Planeta Colombiana S.A.

LaPolíticaOnline (15 de 04 de 2020). *El Gobierno impulsará el turismo doméstico y estudia un sello de calidad sanitario para los hoteles*. Recuperado de <https://www.lapoliticaonline.es/nota/84132-el-gobierno-impulsara-el-turismo-domestico-y-estudia-un-sello-de-calidad-sanitario-para-los-hoteles/>

MinCIT (2016). *Plan Estratégico de Seguridad Turística*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/seguridad-turistica/plan-estrategico-de-seguridad/plan-estrategico-de-seguridad-turistica/plan-estrategico-de-seguridad-turistica.pdf.aspx>

MinCIT (08 de 06 de 2016). *Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/servicio-ciudadano/miercoles-de->

capacitacion/ver-capacitaciones-anteriores/historico-2016/junio/08-06-2016-colegios-
amigos-del-turismo/08-06-2016-colegios-amigos-del-turismo.pdf.aspx

MinCIT (04 de septiembre de 2019). *Colombia mejora siete posiciones en el índice de competitividad de viajes y turismo del Foro Económico Mundial*. Bogotá, Colombia. Recuperado de [https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/colombia-mejora-
indice-del-foro-economico-mundial](https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/colombia-mejora-indice-del-foro-economico-mundial)

Mincomercio (26 de 07 de 2017). *Corredores Turísticos*. Recuperado de <http://ori.mincit.gov.co/larutadeldesarrollo/index.php>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (diciembre de 2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 -2022 "Turismo: El propósito que nos une"*. Recuperado de [http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-
4c826bab5013](http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019). *Caja de herramientas*. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/caja-de-herramientas>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (diciembre de 2019). *Informes de Turismo 2019*. Recuperado de [http://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-
informes/informes-de-turismo](http://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.f.). (2020). *Caja de herramientas*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/caja-de-herramientas>

Ministerio de Industria y Comercio (23 de septiembre de 2019). *Entre enero y julio, más de 2,5 millones de visitantes no residentes llegaron a Colombia*. Bogotá, Colombia. Recuperado de [https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/mas-de-2-5-millones-de-visitantes-
no-residentes](https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/mas-de-2-5-millones-de-visitantes-no-residentes)

Ministerio de Industria y Comercio (2019). *Informe de turismo 2019. Enero - diciembre de 2019.*

Bogotá: MinCIT. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2019/diciembre/oee-turismo-enero-diciembre-12-03-2020.pdf.aspx>

Organización Mundial de la Salud (11 de julio de 2016). *Reglamento Sanitario Internacional (2005)*. Recuperado de

<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/246186/9789243580494-spa.pdf;jsessionid=FD3CD9C69D059C58C53B90C02D78D270?sequence=1>

Organización Mundial del Turismo (2020). *Turismo en Iberoamérica – Creando oportunidades para todos*. Madrid: OMT. Recuperado de <https://doi.org/10.18111/9789284421497>

SENA (31 de 03 de 2016). *Usted puede guiar el desarrollo turístico del país*. Recuperado de <http://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Lists/Noticias/DispForm.aspx?ID=566>

Serebrisky, T. (2014). *Infraestructura sostenible para la competitividad y el crecimiento inclusivo*. EEUU: BID. Recuperado de

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Infraestructura-sostenible-para-la-competitividad-y-el-crecimiento-inclusivo.pdf>

UNWTO (31 de Enero de 2020). *Declaración de la OMT sobre el brote del nuevo Coronavirus*.

Ginebra. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/declaracion-de-la-omt-sobre-el-brote-del-nuevo-coronavirus>

UNWTO (24 de 03 de 2020). *Evaluación del impacto del brote de COVID -19 en el turismo Internacional*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/evaluacion-de-la-incidencia-del-brote-del-covid-19-en-el-turismo-internacional>

UNWTO (14 de mayo 2020). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado de

<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Wigodski, J. (08 de Julio de 2010). *Fuentes Primarias y Secundarias*. Chile. Recuperado de

<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/fuentes-primarias-y-secundarias.html>

World Travel & Tourism Council (diciembre de 2018). *Turismo doméstico – Importancia e*

impacto económico. Recuperado de <https://www.wttc.org/->

[/media/files/reports/2018/domestic-tourism-spanish-dec-18.pdf](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/2018/domestic-tourism-spanish-dec-18.pdf)

CITUR (s.f.). *Centro de Información Turística de Colombia*. Bogotá. Recuperado de

<http://www.citur.gov.co/pages/1>

Organización Mundial del Turismo (01 de 04 de 2020). *Apoyo al Empleo y a la Economía a*

Través de los Viajes y el Turismo. Recuperado de [https://webunwto.s3.eu-west-](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf)

[1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf)

Organización Mundial del Turismo (08 de mayo de 2020). *Programa de asistencia técnica para*

la recuperación del turismo de la crisis del COVID-19. Recuperado de

[https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/COVID-](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/COVID-19%20Tourism%20Recovery%20TA%20Package_8%20May%202020%20ES.pdf)

[19%20Tourism%20Recovery%20TA%20Package_8%20May%202020%20ES.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/COVID-19%20Tourism%20Recovery%20TA%20Package_8%20May%202020%20ES.pdf)

11. ANEXOS

Anexo 1. Instructivo para el uso del instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística

1. **Objetivo:** Orientar al evaluador en el uso adecuado del Instrumento para el Diagnóstico de la Competitividad Turística.

2. ¿Quién debe calificar el instrumento?

El instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística puede ser utilizado por diferentes actores del sector turístico, sin embargo, la recomendación de su uso es para las personas, empresarios, ejecutivos, funcionarios públicos, que ocupan cargos con poder decisorio y tienen dentro de sus funciones la responsabilidad de analizar información, interpretarla y tomar acciones sobre los resultados. Igualmente, los consultores pueden apoyarse en esta herramienta y orientar a los encuestados en el análisis de los resultados.

3. La interpretación de los resultados debe arrojar planes de acción o mejoramiento que deben ser evaluados en los tiempos establecidos para determinar el éxito de las acciones tomadas, para lo cual se debe realizar nuevamente la evaluación por medio del instrumento.

4. **El Instrumento:** es una evaluación de 9 factores de la competitividad turística que permite definir el grado de implementación de 205 aspectos que conforman dichos factores, así:

FACTOR		NUMERO DE ASPECTOS
1.	Planificación turística	20
2.	Formación del capital humano	21
3.	Sostenibilidad turística	23
4.	Seguridad	27
5.	Calidad	20
6.	Infraestructura turística	33
7.	Marketing	20
8.	Tecnología	20
9.	Fortalecimiento empresarial	21

5. La escala:

La herramienta consta de cinco categorías propuestas, cada una calificada con un valor numérico así:

Categoría:	Nada	Incipiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Valor numérico:	1	2	3	4	5

Categorías

- ***Nada, valor numérico 1:*** indica que el aspecto evaluado no está desarrollado en la región o zona evaluada, por tanto, de acuerdo con la opinión del encuestado no cuenta con criterios claros para asignar otra calificación según la afirmación propuesta, debe colocar una “X” en la casilla correspondiente.
- ***Incipiente, valor numérico 2:*** al colocar “X” en la columna de la categoría incipiente, el evaluador debe conocer que el aspecto evaluado se encuentra en una etapa temprana de desarrollo y no hay suficientes elementos y registros que le permitan dar otra calificación.
- ***Aceptable, valor numérico 3:*** el aspecto al ser clasificado como aceptable obtiene una calificación intermedia de 3, lo que representa que el evaluador considera que el aspecto evaluado esta medianamente desarrollado dentro del factor. Es decir que falta realizar un trabajo importante para dinamizar este aspecto dentro de la región turística evaluada.
- ***Bueno, valor numérico 4:*** El aspecto calificado en la Columna de bueno, obtiene una calificación numérica de 4, lo que representa para el evaluador un importante

grado de implementación exitosa pero que puede mejorarse. Esta calificación debe ir soportada por datos que permitan comprobar los avances en este aspecto.

- **Excelente, valor numérico 5:** si la calificación es excelente, el evaluador considera que el aspecto calificado tiene un desarrollo óptimo dentro de la región turística y puede considerarse como un referente en este ámbito. Lo cual debe ir acompañado de información y datos que permitan sustentar esta calificación.

6. Para el uso del instrumento se deben llenar todos los campos solicitado, si no se hace, no podrá avanzar a la siguiente hoja. El instrumento arrojará un mensaje donde le pide revisar que todos los campos han sido registrados: nombre del encuestado, entidad, cargo, ciudad, página web, correo electrónico, teléfono y la fecha de la aplicación del instrumento.



Foto tomada de: <https://nomadbita.com/el-penal-colombia/>

INSTRUMENTO PARA EL DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

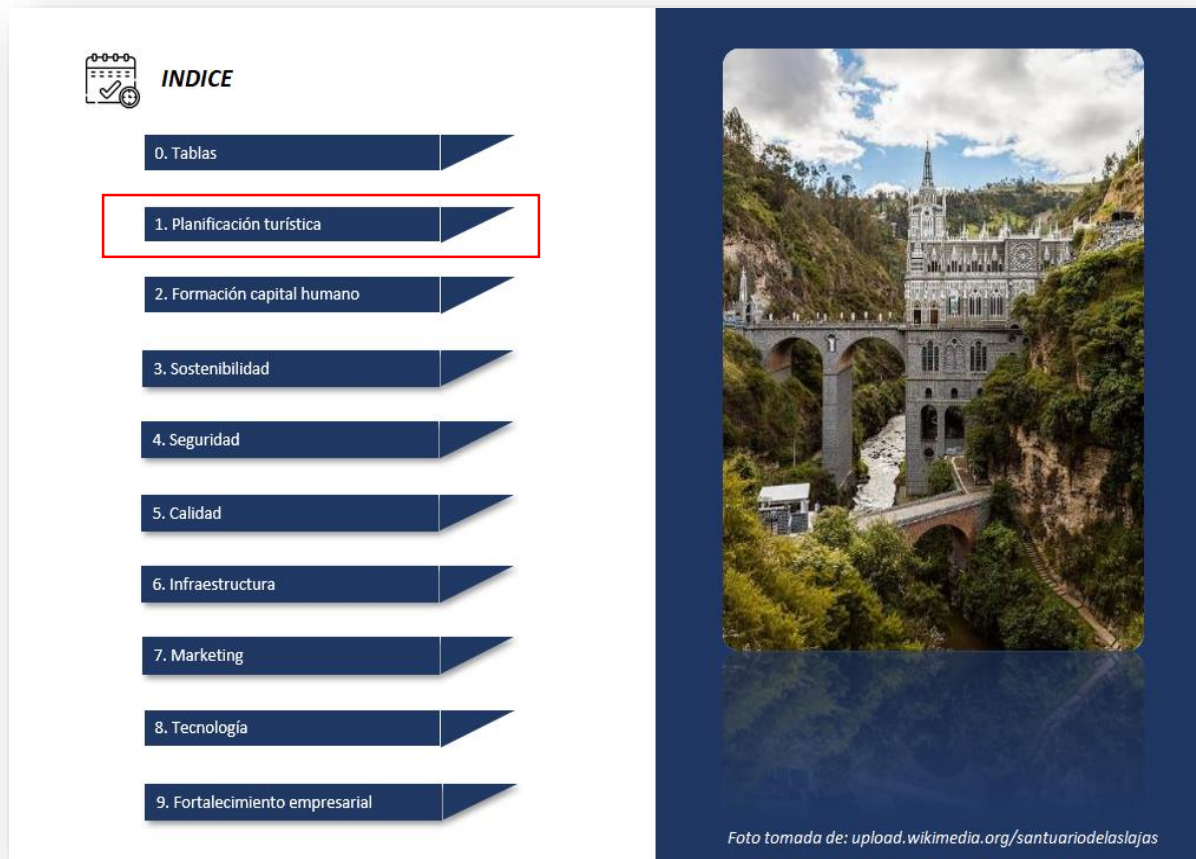
El actual instrumento se realiza con el fin de determinar los factores que influyen en la competitividad turística de las regiones de Colombia.

<p>Nombre encuestado:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>	<p>Página Web:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>
<p>Entidad:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>	<p>Correo Electrónico:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>
<p>Cargo:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>	<p>Teléfono:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>
<p>Ciudad:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>	<p>Fecha:</p> <input style="width: 90%; height: 20px;" type="text"/>



7. Luego de diligenciar los datos en la portada, podrá acceder a la tabla de índice

donde aparecen los 9 factores.




INDICE

0. Tablas
1. Planificación turística
2. Formación capital humano
3. Sostenibilidad
4. Seguridad
5. Calidad
6. Infraestructura
7. Marketing
8. Tecnología
9. Fortalecimiento empresarial

Foto tomada de: upload.wikimedia.org/santuariodelaslajas

8. Al ingresar a la hoja de cada una de los factores, se debe colocar una “X” por cada uno de los aspectos a evaluar, sin dejar de calificar alguno, si se deja de calificar alguno aparecerá una ventana alertándolo. Todos los factores manejan el siguiente esquema.



Planificación turística.

Foto tomada de: <https://www.shutterstock.com>

Item	Aspectos a Evaluar	Nada	Incipiente	Aceptable	Bueno	Excelente
1.	Está definido el enfoque turístico de la región.					
2.	Los productos y servicios turísticos están claramente identificados.					
3.	Son claros los objetivos turísticos estratégicos de acuerdo con el enfoque y potencialidad de la región.					
4.	Los objetivos se definieron teniendo en cuenta todos los stakeholders.					
5.	Se recoge información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura, para estudios situacionales de la región turística.					
6.	Se analiza y sintetiza la información para determinar la potencialidad turística.					

9. Al terminar de calificar cada aspecto de los 9 factores debe enviar la información en el botón de “cargar la información”.


Fortalecimiento empresarial.

Foto tomada de: pachamamaturismo.org

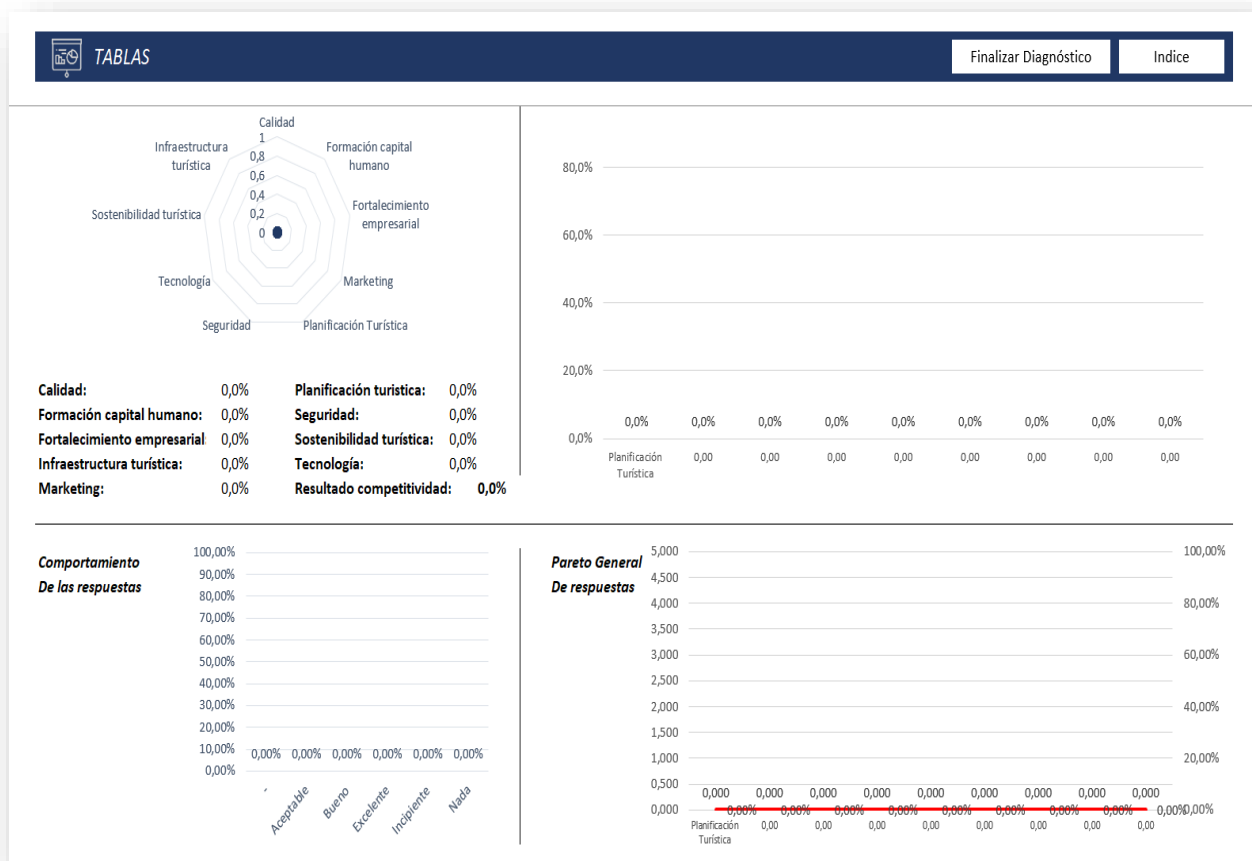
Item	Aspectos a Evaluar	Nada	Incipiente	Aceptable	Bueno	Excelente
18.	Se tienen estadísticas del número de turistas nacionales que visitan el destino turístico.					
19.	El destino turístico cuenta con presencia de cadenas hoteleras nacionales.					
20.	El destino turístico cuenta con presencia de cadenas hoteleras internacionales.					
21.	Se cuenta con una clasificación de los restaurantes por categoría y por concepto.					

Anterior
Indice
Instructivo

Cargar Información

10. Al hacer el cargue de la información, podrá consultar los resultados obtenidos en

la hoja de tablas; puede hacer una sola evaluación donde participen varios actores, ejecutivos, empresarios o quien disponga el sector turístico, o se puede hacer de forma individual, uno a uno en la misma herramienta o el administrados del instrumento podrá integrarlo si fue evaluado de manera independiente. Los resultados se mostrarán en la hoja de tablas así:



La interpretación de los resultados debe dar el insumo para diseñar los planes de acción o de mejoramiento correspondientes para la mejora de los factores evaluados. Al final de la ejecución de dichos programas se puede utilizar nuevamente el instrumento para determinar si las soluciones planteadas han sido exitosas.

Anexo 2. Instrumento para el diagnóstico de la competitividad turística (Excel).