

ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE COLOMBIA EN EL SECTOR
TURISTICO EN EL PERIODO 2011-2018

JOHN ALEXANDER CALDAS MORENO

FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACION PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACION EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONÓMICA
BODOTA D.C.
2019

ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE COLOMBIA EN EL SECTOR
TURISTICO EN EL PERIODO 2011-2018

JOHN ALEXANDER CALDAS MORENO

Monografía para optar por el título de especialista en
Negocios Internacionales e Integración Económica

Orientador:
DESIDERIO LOPEZ NIÑO
Docente Investigador

FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACION PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACION EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONÓMICA
BODOTA D.C.
2019

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del director de la Especialización

Firma del calificador

Bogotá D.C. octubre de 2019

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García-Peña

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos.

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Posgrado

Dra. Ana Josefa Herrera Vargas

Decano Facultad de Educación Permanente y Avanzada.

Dr. Luis Fernando Romero Suárez

Director Especialización en Negocios Internacionales e Integración Económica

Dr. Luis Fernando Romero Suárez

Las directivas de la Fundación Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento, estas corresponden únicamente a los autores.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
OBJETIVOS	19
1. MARCO REFERENCIAL	20
1.1 HISTORIA DEL TURISMO EN EL MUNDO	20
1.2 EFECTOS DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA	20
1.3 COMPETITIVIDAD	22
1.3.1 Competitividad de Colombia	23
1.3.2 Competitividad del turismo	24
1.3.3 Competitividad del turismo colombiano	25
1.4 MODELOS DE MEDICIÓN DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	27
2. DISEÑO METODOLÓGICO	29
3. VARIABLES DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO.	30
3.1 MARCO REGULATORIO	32
3.2 ENTORNO EMPRESARIAL E INFRAESTRUCTURA	33
3.3 RECURSOS HUMANOS, NATURALES Y CULTURALES	34
4. COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN COLOMBIA EN EL PERIODO 2010-2017	36
4.1 MARCO REGULATORIO	
4.1.1 Política y regulación	36
4.1.2 Sostenibilidad ambiental	37
4.1.3 Seguridad y protección	38
4.1.4 Salud e Higiene	39
4.1.5 Priorización de los viajes y el turismo	41
4.2 ENTORNO EMPRESARIAL E INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS:	42
4.2.1 Infraestructura aérea	42
4.2.2 Infraestructura terrestre	43
4.2.3 Infraestructura turística	44
4.2.4 Infraestructura de telecomunicaciones	45
4.3 RECURSOS HUMANOS, NATURALES Y CULTURALES	45
4.3.1 Recursos humanos	45
4.3.2 Recursos culturales	47
4.3.3 Recursos naturales	48
5. VOLÚMENES DE TURISMO INTERNACIONAL EN COLOMBIA EN EL PERIODO 2010-2019	50

6. COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES DE COMPETITIVIDAD CON LOS VOLÚMENES DE TURISMO INTERNACIONAL EN COLOMBIA	59
7. CONCLUSIONES	62
8. RECOMENDACIONES	63
BIBLIOGRAFÍA	64

LISTAS DE GRÁFICAS

	pág.
Grafica 1. Tendencia actual vs Pronostico año 2030	14
Grafica 2. Ingreso de divisas en la cuenta de viajes y transporte en Colombia.	16
Grafica 3. Ranking de competitividad Latinoamérica 2017.	18
Grafica 4. Principales Exportaciones de Colombia.	25
Grafica 5. Comportamiento de la variable “política y regulación” en el periodo (2011- 2017).	36
Grafica 6. Número de países que permiten el ingreso de colombianos en el periodo (2011- 2017).	37
Grafica 7. Comportamiento de la variable “sostenibilidad ambiental” en el periodo (2011- 2017).	38
Grafica 8. Comportamiento de la variable “seguridad y protección” en el periodo (2011- 2017).	39
Grafica 9. Comportamiento de la variable “salud e higiene” en el periodo (2011- 2017).	40
Grafica 10. Comportamiento de la variable “priorización de los viajes y el turismo” en el periodo (2011- 2017).	41
Grafica 11. Comportamiento de la variable “infraestructura del transporte aéreo” en el periodo (2011- 2017).	42
Grafica 12. Comportamiento de la variable “infraestructura del transporte terrestre” en el periodo (2011- 2017).	43
Grafica 13. Comportamiento de la variable “infraestructura turística” en el periodo (2011- 2017).	44
Grafica 14. Comportamiento de la variable “infraestructura turística” en el periodo (2011- 2017).	46
Grafica 15. Comportamiento de la variable Recursos Humanos” en el periodo (2011- 2017).	47
Grafica 16. Comportamiento de la variable “Recursos Culturales” en el periodo (2011- 2017).	48
Grafica 17. Comportamiento de la variable “Recursos Naturales” en el periodo (2011- 2017).	49
Grafica 18. Porcentaje del PIB de hoteles y restaurantes.	52
Grafica 19. IED en Comercio, Restaurantes y Hoteles.	53
Grafica 20. Población ocupada en la rama de hoteles y restaurantes.	54
Grafica 21. Empleo formal e informal en el turismo.	55

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Contribución del Turismo al PIB nacional.	17
Tabla 2. Top 10, índice de competitividad mundial.	18
Tabla 3. Modelos de Competitividad Turística.	31
Tabla 4. Vías de ingreso de extranjeros a Colombia en el periodo 2012-2018	50
Tabla 5: Cantidad de turistas que Ingresaron a Colombia entre el 2012-2018	51
Tabla 6. Ingreso de divisas en dólares por turismo en el periodo 2010-2017.	52
Tabla 7. Promedio de ingresos laborales en turismo 2010-2017.	56
Tabla 8. Visitantes por parque	57
Tabla 9. Visitantes a los parques naturales por año	58

GLOSARIO

BIODIVERSIDAD: El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible¹ la define como “la diversidad o variación a nivel de ecosistemas, especies y genes. Los recursos biológicos serían el material biológico propiamente con algún valor real o potencial”.

COMPETITIVIDAD: El Foro Económico² mundial define competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan la productividad de un determinado país”.

DIVISAS: Según Cazar³ “Las divisas son activos financieros mantenidos por los residentes de un país y que constituyen una obligación por parte de un residente de otro país emisor de una moneda diferente”.

INFRAESTRUCTURA: International recovery platform⁴ indica que “La infraestructura puede ser definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía. Los diferentes componentes de la infraestructura de una sociedad pueden existir ya sea en el sector público o privado, dependiendo como son poseídos, administrados y regulados”.

MERCADOS: El Banco de la República⁵, define un mercado como el espacio, la situación o el contexto en el cual se lleva a cabo el intercambio, la venta y la compra

¹ MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE. Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE). [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Publicaciones. 2010. p. 128. [Consultado 1, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en <http://www.minambiente.gov.co/index.php/bosques-biodiversidad-y-servicios-ecosistematicos/politica-nacional-de-biodiversidad>.

² FORO ECONÓMICO MUNDIAL. ¿Qué es la competitividad? [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Agenda. 12, octubre 2016. [Consultado 10, mayo, 2019]. Disponible en: <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>.

³ CAZAR M, Efraín. El mercado internacional de divisas: Principios básicos. [Repositorio Digital]. Quito: Ediciones ABYA –YALA, 2001. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1315&context=abya_yala.

⁴ INTERNATIONAL RECOVERY PLATFORM. Documento de apoyo infraestructura. [eird.org]. Sec. Documentos y publicaciones. s.f. p.2. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>.

⁵ BANCO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Enciclopedia-Economía. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Definiciones temáticas. 2017. [Consultado 1, agosto, 2019]. Disponible en <https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Mercados>

de bienes, servicios o mercancías, conformado toda una economía de mercado, entre las personas y las empresas, que también definen mercado de productos, de trabajo y el mercado de capitales.

PRODUCTO INTERNO BRUTO: Departamento Administrativo Nacional de Estadística⁶ señala que “El PIB representa el resultado final de la actividad productiva de las unidades de producción residentes. Se mide desde el punto de vista del valor agregado, de la demanda o las utilizaciones finales de los bienes y servicios y de los ingresos primarios distribuidos por las unidades de producción residentes”.

SOSTENIBILIDAD: Brudtland⁷ la define como “Adecuar las sociedades y sus acciones a la capacidad del planeta de proveer recursos y soportar las cargas contaminantes en el tiempo, satisfaciendo equitativamente las necesidades de todas las personas”.

TURISMO: Según la Organización Mundial del Turismo⁸ “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.

VARIABLE: Montes⁹ explica una variable como “un concepto que determina una cualidad de un objeto es un atributo que puede variar de una o más maneras y que sintetiza conceptualmente lo que se quiere conocer acerca del objeto de investigación”.

⁶ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. DANE. Preguntas frecuentes. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Sistema Estadístico Nacional. s.f. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_pib.pdf.

⁷ BRUDTLAND, Harlem. Nuestro futuro común. WCED. [Googleacademics]. 1987. P.23. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LLECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brudtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf.

⁸ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Tourism Trends to the Year 2000 and Beyond. [Sitio web]. Madrid. España. Sec. Comunicación. Diciembre, 1999. [Consultado 10, agosto, 2019]. Disponible en: <http://publications.unwto.org/es>.

⁹ MONTES, Leticia; MORALES, S. Pablo y HERRERIA, I. Marglenis. Las variables y su operacionalización. Material de apoyo sobre la metodología de la investigación. [Googleacademics]. Enero. Vol. 11. Nro. 1. 2007. P. 12. [Consultado 13, agosto, 2019]. Disponible en: <https://www.ingentaconnect.com/content/doi/10295186/2007/00000011/00000001/art00008>.

RESUMEN

La diversidad de Colombia hace de este un país con un gran potencial turístico siendo este uno de los sectores que más divisas genera en el país, compitiendo al mismo nivel que las exportaciones del petróleo y productos alimenticios a nivel global según la Organización Mundial de Turismo¹⁰. El presente trabajo se ha realizado con el objetivo de analizar la competitividad de Colombia en el sector del turismo, por medio de un cotejo de información se realizó una búsqueda bibliográfica con el propósito de identificar los diferentes modelos existentes para cuantificar la competitividad turística de un país, posteriormente se seleccionó el modelo más acorde a nuestra investigación, y poder analizar las variables que determinan la competitividad turística de un país, además, de relacionarlos con los volúmenes del turismo correspondientes al periodo 2011-2018. Donde se evidencio que efectivamente Colombia cuenta con ventajas competitivas para llegar a ser uno de los mejores destinos turísticos a nivel mundial, sin embargo, existen deficiencias importantes que deben corregirse para poder llegar a ese objetivo y en un futuro no depender del petróleo ya que es una industria con alto impacto ambiental, si no del turismo que es una industria de gran crecimiento mundial y que además protege el medio ambiente. Se identificó que la variable de competitividad de mejor comportamiento son Colombia durante el periodo seleccionado para el análisis fueron los recursos naturales y la peor variable fue seguridad y protección.

Palabras claves: Turismo, variables, competitividad, divisas, diversidad, mercados.

¹⁰ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. El turismo: un fenómeno económico y social. [Sitio web]. Madrid. España. Sec. Comunicación. s.f. [Consultado 13, agosto, 2019]. Disponible en: <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.

ABSTRACT

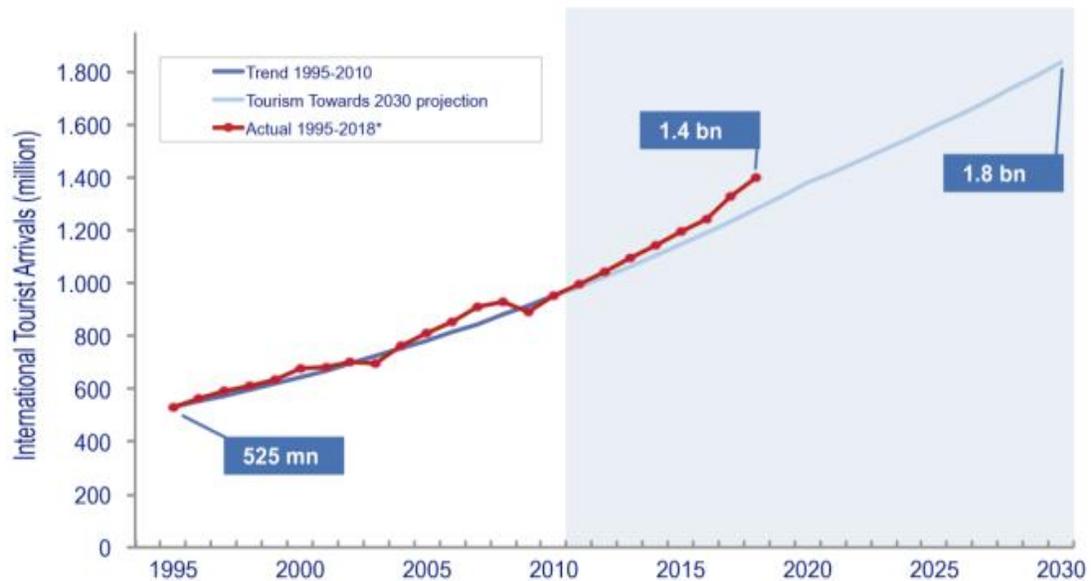
The diversity of Colombia makes this country with great tourism potential, being one of the sectors that generates the most foreign currency in the country, only surpassed by oil exports and its derivatives. The present work has been carried out with the objective of analyzing the competitiveness of Colombia in the tourism sector, through a collation of information a bibliographic search was carried out with the purpose of identifying the different models of models to quantify the tourist competitiveness of a country, to subsequently select the model most appropriate to our research, and to analyze the variables that determine the tourism competitiveness of a country, in addition, to relate them to the volumes of tourism corresponding to the 2011-2018 period. Where it is evidenced that indeed Colombia has competitive advantages to become one of the best tourist destinations worldwide, however there are important deficiencies that must be corrected to reach that goal and in the future without dependence on oil since it is an industry with high environmental impact, if not tourism is a world-wide growing industry and also protects the environment.

Keywords: Tourism, variables, competitiveness, currencies, diversity, markets.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el turismo internacional es uno de los principales sectores exportadores en el mundo, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo¹¹, por medio del cual diversos países han encontrado una oportunidad de desarrollo, que además de generar divisas, contribuye con el cuidado del medio ambiente y con la generación de empleo, favoreciendo la reducción de la pobreza e impulsando otros sectores como el agrícola, el de transporte, el artesanal entre otros.

Grafica 1: Tendencia actual vs Pronostico año 2030



Fuente: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. International Tourist Arrivals Reach 1.4 billion Two Years Ahead of Forecasts. [Sitio web]. Madrid. España. Sec. Comunicación. Enero 21, 2019. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts>.

Como podemos ver en la gráfica 1, se tiene un aumento de 1,4 millones de llegadas de turistas en los diferentes destinos del mundo, cifra que se pronosticaba hasta dentro de 2 años, por lo que se puede evidenciar el crecimiento acelerado que presenta este sector. En Colombia, durante el periodo 2010-2019, el turismo internacional ha tenido un crecimiento aproximado del 150%, según estadísticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo¹², llegando a ser un sector muy

¹¹ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Notas Metodológicas. [Sitio web]. Madrid. España. Sec. Comunicación. s.f. P. 10. [consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>

¹² MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Boletín Informativo del Sector del Turismo. Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. s.f. Sec. Estudios económicos. [consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/eventos-y-publicaciones/boletin-informativo-del-sector-turismo>.

importante para la generación de divisas en el país; atribuido principalmente a la gran biodiversidad de su territorio, a la cultura, la gastronomía, así como la gestión del gobierno, e inclusive a los actos terroristas ocurridos en Europa en los últimos años, que ha impulsado a los viajeros a buscar nuevos destinos. Sin embargo, pese al crecimiento evidenciado del turismo en el periodo 2010-2019, Colombia no figura dentro de los principales destinos turísticos del mundo, por lo que se procederá a analizar su competitividad para poder concluir porque Colombia aun teniendo tantas cualidades no es una potencia del turismo internacional.

El sector del turismo internacional se ha caracterizado por el gran dinamismo acelerado que ha presentado y por ser una fuente importante de ingreso de divisas. Según el estudio realizado por Kokalj¹³ en el 2007, menciona que el limitado desarrollo de esta industria en Colombia dependía de la imagen del país en el extranjero, principalmente en lo que respecta a los conflictos internos entre el gobierno y los grupos armados al margen de la ley.

El gobierno en el año 2010 presenta un Plan Sectorial de Turismo cuyo objetivo es llevar el turismo del país a ser altamente competitivo, el cual se renueva cada cuatro años con el objetivo de evaluar el progreso y resultados, para de esta forma gestionar estrategias que contribuyeran con el desarrollo de este sector.

De acuerdo con un estudio realizado por Zúñiga y Castillo¹⁴, “Turismo en Colombia resultados del sector (2007-2010)” en el 2011, Colombia ocupa el puesto 77 de 139 países con respecto al índice de competitividad, resaltando que este sector ha tenido un progreso relevante en el país, pese a encontrarse en una etapa primaria de desarrollo.

Por otro lado, el artículo “Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia” de Brida, Monterubbianesi y Zapata¹⁵ del año 2011, explica que existieron dos periodos en

¹³ KOKALJ, Z. Turbulent political circumstances bear on Colombians in a perpetual circle of violence. [Researchgate.net]. Enero. Vol. 54. 2007. P. 13. [consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/294134077_Turbulent_political_circumstances_bear_on_Colombians_in_a_perpetual_circle_of_violence.

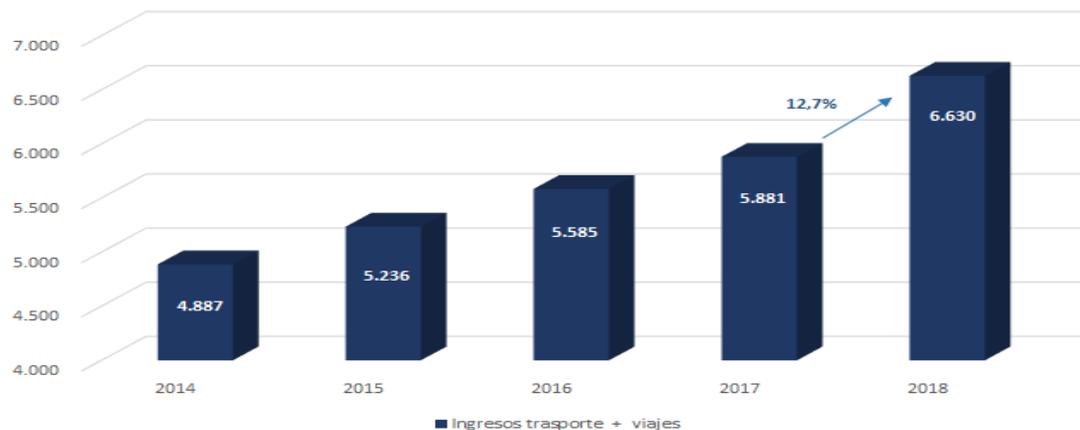
¹⁴ ZÚÑIGA COLLAZOS, Alexander y CASTILLO PALACIO, Marysol. Turismo en Colombia resultados del sector (2007-2010). En: Magazine Empresarial. [Researchgate.net]. Cali. Colombia. Marzo. Vol. 08. Nro. 15. 2012. P. 71. [Consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/280018008_Turismo_en_Colombia_resultados_del_sector_2007-2010.

¹⁵ BRIDA, Juan; MONTERUBBIANESI, Pablo y ZAPATA, Laura. Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. En: Revista Pasos. [Redalyc.org]. España. Vol. 9. Nro. 2. 2011. P. 302. ISSN 1695-7121.

los cuales el sector del turismo contribuyo con la economía de cada región, el primero de 1990 a 1999, y el segundo del 2003 al 2006, indicando que el periodo intermedio fue de decrecimiento.

Se puede evidenciar en la gráfica 2, el aumento de los ingresos de divisas en la cuenta de viajes y transporte, entre el año 2014 y 2018, evidenciando un progreso en el sector de turismo, siendo el año 2018 el año que presento mayor aumento, con 35.7% de incremento con respecto al año 2014.

Grafica 2: Ingreso de divisas en la cuenta de viajes y transporte en Colombia



Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Informe de competitividad turística año 2017. [Sitio web]. Bogotá D.C CO. Sec. Estudios Económicos. s.f. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo>

El artículo publicado por Benavides¹⁶ en el 2015, “Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano”, menciona la necesidad de una política tecnológica que permita la creación o importación de tecnología que permita la modificación de los sitios turísticos sin afectar su medio ambiente, para mitigar los efectos negativos que pudiese generar esta industria, de igual forma que señala las falencias en cuanto a la inversión en investigación y desarrollo no solo en el sector empresarial también en los estudiante para que puedan desarrollar un pensamiento crítico y de esa forma poder brindar mejores productos y servicios a los turísticas, logrando un factor diferenciador en el mercado mundial. La contribución del turismo en la economía de Colombia en los últimos años es evidente. En la siguiente tabla se puede apreciar el crecimiento que ha tenido el PIB en años anteriores, en donde se refleja el aporte que ha tenido este sector.

[Consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88117284006>.

¹⁶ BENAVIDES, Giovanni. Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. [ScienceDirect]. Bogotá D.C. CO. Abril. Vol. 6. Nro. 2. 2015. P.72. [consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000117>.

Sin embargo pese a la gestión del gobierno en políticas y estrategias que se han implementado para fortalecer la competitividad internacional del país, en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del año 2017, realizado por el Foro Económico Mundial, ubica a Colombia en el puesto 62, (seis posiciones por encima con respecto al año anterior) demostrando que se ha tenido un progreso, aunque no deja de ser una mala posición, en relación a las ventajas y cualidades que Colombia tiene en cuanto a biodiversidad, cultura, gastronomía, entre otras; las cuales son incomparables con los demás países, pero las falencias en los demás aspectos de competitividad son las principales causantes de que el país no sea una potencia del turismo mundial.

Tabla 1. Contribución del Turismo al PIB nacional.

AÑO	PIB TOTAL	COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES
2010	4	5,2
2011	6,6	6,7
2012	4	3,9
2013	4,9	4,5
2014	4,4	5,1
2015	3,1	4,1

Fuente: BRIDA, J. The direct contribution of Tourism on economic growth of Colombia: Characteristically branches analysis using Tourism Satellite. [Researchgate.net]. Febrero. Nro. 109. 2017. ISSN 0213-7585 [Consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/322340155_The_direct_contribution_of_tourism_on_economic_growth_of_Colombia_Characteristical_branches_analysis_using_Tourism_Satellite_Account_-TSA

Tal como se puede apreciar en la tabla 2, los países europeos como España, Francia y Alemania son los más competitivos en cuanto al turismo se refiere, por parte de Asia el país más competitivo fue Japón, así mismo Australia por parte del continente de Oceanía, pero se observa que ningún país latinoamericano aparece en el top 10 del ranking de competitividad. México es el país latinoamericano mejor ubicado en este ranking en el puesto 22, la posición de Colombia fue la 62 por debajo de Brasil, Panamá, Chile, Argentina, Perú y Ecuador, como podemos apreciar en la siguiente gráfica 3.

Esta monografía tiene como fin analizar los aspectos de competitividad de la industria del turismo y su influencia en Colombia, así como del desarrollo que han tenido dichos aspectos hasta la actualidad, en lo referente a infraestructura, ambiente propicio, políticas y recursos naturales como culturales, entre otros, que son los pilares de los cuales depende la competitividad del país, para posteriormente determinar el potencial de Colombia en cuanto a turismo a nivel mundial.

En la siguiente tabla se muestran los 10 países más competitivos según el Foro Mundial de Comercio

Tabla 2: Top 10, índice de competitividad mundial.

Top 10 - Resultados		
Informe de Competitividad de Viajes y Turismo		
País	2015	2017
España	5.31	5.43
Francia	5.24	5.32
Alemania	5.22	5.28
Japón	4.94	5.26
Reino Unido	5.12	5.2
Estados Unidos	5.12	5.12
Australia	4.98	5.1
Italia	4.98	4.99
Cánada	4.92	4.97
Suiza	4.99	4.94

Fuente: CONCEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Googleacademics]. República Dominicana. 2017. P.3 [Consultado 10, mayo, 2019]. <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2017/05/Informe-de-Competitividad-de-Viajes-y-Turismo-2017.pdf>.

Grafica 3: Ranking de competitividad Latinoamérica 2017



Fuente: CONCEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Googleacademics]. República Dominicana. 2017. P.3 [Consultado 10, mayo, 2019]. <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2017/05/Informe-de-Competitividad-de-Viajes-y-Turismo-2017.pdf>.

Ciertamente la temática de esta monografía pretende contribuir con el desarrollo académico, al ser el turismo uno de los sectores más importantes y de mayor crecimiento en el mundo, lo cual incito un interés propio de conocer la situación de Colombia ante esta industria, que podría llegar a ser la respuesta a un futuro más saludable y sin dependencia económicamente del Petróleo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la competitividad de Colombia en el sector turístico en el periodo 2011-2018.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las variables de competitividad del turismo en el mercado mundial.
- Determinar el comportamiento de las variables de competitividad del turismo en Colombia en el periodo 2011-2017.
- Relacionar los volúmenes de turismo internacional en Colombia en el periodo 2010-2018.
- Comparar el comportamiento de las variables de competitividad con los volúmenes de turismo internacional en Colombia.

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 HISTORIA DEL TURISMO EN EL MUNDO

Desde el principio de los tiempos, el ser humano por necesidad se ha desplazado por el mundo, el surgimiento de las poblaciones nómadas demuestra la capacidad de trasladarse de un lugar a otro para obtener un beneficio como una característica del ser humano.

Cañada y Gascón¹⁷ explican la trayectoria del turismo empezando desde la antigua Grecia el turismo empezó cuando las personas se desplazaban a otras ciudades para eventos deportivos y religiosos; los romanos, se trasladaban hacia sitios de aguas termales y eventos artísticos de la época; de igual manera durante la edad media, el turismo religioso tuvo una gran relevancia, ya que los peregrinos en su labor de acumulación de seguidores se desplazaban y hospedaban por diferentes territorios; posteriormente en el siglo XVIII la nobleza inglesa viajaba por diferentes capitales europeas durante el Grand Tour, lo que trajo consigo la aparición balnearios, hoteles, y planes turísticos; En 1841 Thomas Cook empezaría a comercializar pasajes de tren siendo el primer promotor de viajes turísticos, en aquel entonces el turismo era un privilegio único de la clase alta, pero es en los años siguientes a la segunda guerra mundial el turismo se potencializa, en parte como consecuencia del crecimiento económico de Estados Unidos y los países europeos. Los factores que inciden en la generación de turismo son diversos, principalmente son tres aceleradores fundamentales que han transformado el turismo en una industria:

- La curiosidad hacia otros lugares y otras culturas
- La evolución de los medios de transportes, que han reducido las distancias
- Las vacaciones

1.2 EFECTOS DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA

El crecimiento acelerado del turismo ha hecho de este sector un motor socioeconómico, igualando e incluso superando actividades de exportación de petróleo y alimentos como es el caso de Colombia. Picornell¹⁸ en su estudio indica el impacto de las actividades relacionadas con el turismo es complejo en cuanto a

¹⁷ CAÑADA, Ernest y GASCÓN Jordi. Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad. Icaria Editorial. [Researchgate.net]. Barcelona. 2005. p. 143. ISBN 84-7426-8D6-0. [consultado 13, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/322487036_Viajar_a_todo_tren_turismo_desarrollo_y_sostenibilidad.

¹⁸ PICORNELL, Climent. Los Impactos del Turismo. Universidad de la Rioja. [Dialnet]. España. Nro.11. 2001. P.70. ISSN 0214-8021. [Consultado 13, mayo, 2019]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2201703>.

beneficios y costes económicos que genera. Este impacto puede ser expresado en términos cuantitativos lo que permite evaluarlo de una manera más precisa. Su magnitud depende principalmente del desarrollo de las comunidades, la naturaleza de la oferta y el volumen del gasto turístico, entre los principales costes y beneficios según Picornell¹⁹ se tienen:

- Principales beneficios del impacto económico del turismo:
 - Efecto multiplicador: Describe como el incremento de una variable repercute en una reacción en cadena generando un aumento en otras variables.
 - Ganancia en divisas: Son las ganancias de un país en moneda extranjera con respecto a su moneda de local.
 - Generación de empleo: El turismo por ser una actividad que interactúa con otros sectores, demanda mayor empleo en comparación con otras actividades, debido a que este es diversificado y con competencias laborales específicas.
 - Desarrollo regional: El turismo es una herramienta para el crecimiento económico, incidiendo positivamente en el desarrollo regional.
 - Dinamizador de inversión: El sector del turismo genera que haya mayores inversiones, tanto extranjeras como locales, al ser un negocio en continuo crecimiento y que genera altas sumas de dinero.

- Principales costes del impacto económico del turismo:
 - Fugas de inversiones: salida de dinero de un país en consecuencia de algún suceso económico., como aumento en los impuestos o pérdida del nivel de confianza y credibilidad de un determinado país.
 - Sobre dependencia: Al ser el turismo una actividad que aumenta las inversiones extranjeras, como efecto secundario se genera una dependencia del país a estas empresas extranjeras que les permita impulsar el crecimiento económico.
 - Inflación: Proceso económico que ocasiona un aumento continuo de los precios de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder obtenerlos o utilizarlos provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda.
 - Importación bienes y servicios: Compra de bienes y servicios a empresas extranjeras, lo que trae consecuencias negativas en la industria local.

¹⁹ *Ibíd.*, P.70.

1.3 COMPETITIVIDAD

Para efectos de este análisis es necesario comprender claramente el término “competitividad” ya que tiene diversas definiciones que dependen del campo de estudio en el que se está aplicando, para este análisis nos interesa la definición que abarca la economía como tal. Bejarano²⁰ indica en su estudio que el término “competitividad” tiene sus inicios en el siglo XVII basado en los principios del comercio internacional de David Ricardo uno de los mentores de este concepto fue reconocido por su metodología de las ventajas comparativas en las que señalaba que estas ventajas dependen de la abundancia de recursos naturales, el capital y la mano de obra. Sin embargo, con el avance de la tecnología en un mundo cada vez más globalizado, con una mayor responsabilidad ambiental, ha modificado el concepto de competitividad en donde las ventajas comparativas se vuelven competitivas por medio de la diferenciación del producto y la reducción de costos.

Con el paso del tiempo diversos autores han profundizado en cuanto a la comprensión de este término, Camagni²¹ explica que tiene dos principios fundamentales; el primero de ellos establece que el territorio se debe considerar como un capital, y el segundo indica que todo capital puede aumentar su productividad y eficiencia, con la debida planificación y gestión. Sin embargo, la cuantificación y representación de dicha competitividad resulta complejo

El cómo medir la competitividad ha sido objeto de estudio de diversos autores y entidades, ciertamente una de las más acertadas fue desarrollada por Buckler, Pass y Prescott²² quienes señalan que la competitividad puede ser medida desde tres perspectivas:

- La primera de ellas parte desde el resultado, es decir, indica la competitividad como una suma de factores que permitan construir indicadores que midan el nivel de competitividad, como lo son el PIB, la Inflación, PIB per Cápita, etc.

²⁰ BEJARANO, Jesús. Elementos para un enfoque de la competitividad en el sector agropecuario. En: Colección de Documentos IICA. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Sistema de bibliotecas. 1998. P. 36. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://repiica.iica.int/DOCS/B0103E/B0103E.PDF>.

²¹ CAMAGNI, Roberto. Territorial capital and regional development. Handbook of Regional Growth and Development Theories. [Researchgate.net]. Milan. Italia. Enero, 2009. P.128. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/286184330_Territorial_capital_and_regional_development

²² BUCKLEY, Peter. PASS, C. L. y PRESCOTT, Kate. Measures of international competitiveness: A critical survey. Journal of Marketing Management. [Researchgate.net]. United the Kingdom. Enero. Vol. 4. Nro. 2. 1988. P.177. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/233254623_Measures_of_International_Competitiveness_A_Critical_Survey.

- En segundo lugar, la perspectiva desde la potencialidad, la cual presenta la competitividad como un escenario ideal, con un desempeño sostenible y con capacidad de seguir mejorando.
- Por último, la competitividad puede ser medida como un proceso, más concretamente, como una forma de gestión socioeconómica en cuanto a al desarrollo territorial y los indicadores institucionales.

Ciertamente la definición del Foro Económico Mundial²³ es más general y se adapta mejor al objetivo de este análisis, definiéndola como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan la productividad de un determinado país”, que es lo que se pretende evaluar, al determinar la competitividad de Colombia en cuanto al turismo en el mercado global, para poder validar si en verdad es el turismo un motor para el desarrollo del país.

1.3.1 Competitividad de Colombia. Una vez se tiene claro el concepto “competitividad”, procedemos a entender cómo se encuentra el país en cuanto a este término en comparación con los demás países, para ello nos apoyaremos en los informes de competitividad elaborados por el Foro Económico Mundial (FEM), en el que para el año 2018 Colombia ocupó el puesto 60 de 140 países evaluados, subiendo 6 posiciones con respecto al índice realizado en el año 2017, y siendo la mejor posición obtenida desde que el FEM realiza los informes de competitividad global, no obstante no deja de ser el puesto 60 por lo que podemos decir que hay 59 naciones más competitivas que Colombia según el FEM (Grafica 7). Países como Estados Unidos, Singapur, Alemania, Suiza y Japón, han liderado las primeras plazas de este índice de competitividad y por Latinoamérica los países con mejor puntuación son Chile, México, Uruguay, Colombia y Perú, respectivamente según los informes del FEM²⁴. Este estudio de competitividad se basa en los siguientes 12 pilares:

- Instituciones
- Infraestructuras
- Entorno macroeconómico
- Salud y educación primaria
- Educación superior y formación
- Eficiencia del mercado de bienes
- Eficiencia del mercado laboral

²³ FORO ECONÓMICO MUNDIAL. ¿Qué es la competitividad? [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Agenda. 12, octubre, 2016. [Consultado 10, mayo, 2019]. Disponible en: <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>.

²⁴ FORO ECONÓMICO MUNDIAL The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes.2017. P.16. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

- Desarrollo del mercado financiero
- Preparación tecnológica
- Tamaño del mercado
- Sofisticación en materia de negocios
- Innovación

Cada uno de estos pilares es medido y comparado entre los 140 países que participan en el estudio, Colombia ha progresado en varios, en otros no mucho y en otros nada. Gonzales y Mendieta²⁵ explican que las falencias que presenta Colombia, son atribuidas principalmente al deterioro del capital humano, el cual mide el nivel de educación y habilidades propias de la población, como el manejo de medios digitales y de otros idiomas; de igual forma la capacidad de innovación empresarial como consecuencia de la falta de recursos destinados para investigación y desarrollo; por último el panorama del mercado laboral en el que se tiene un aumento en la tasa de desempleo con respecto al año 2017.

1.3.2 Competitividad del turismo. La competitividad en lo concerniente al turismo surge como consecuencia de la capacidad que desarrollan los destinos turísticos para brindar servicios y productos con un valor agregado que permita destacarse ante los demás, Fayos, Marín y Meffert²⁶ indican que para lograr el objetivo de aumentar la cantidad de visitantes y por ende los ingresos, se han gestionado políticas turísticas públicas y empresariales, que se adapten a la nueva era del turismo, con el objetivo de ser más competitivos, lo que a su vez fomenta el cuidado del medio ambiente y la autenticidad cultural. Anteriormente el cliente tenía que consumir productos y utilizar servicios estandarizados, que no satisfacían plenamente sus necesidades. En la actualidad debido al acelerado crecimiento de la industria del turismo, se entiende la necesidad de ofrecer productos que se adapten a una demanda cada vez más diversa, que a su vez permita estar a la vanguardia en cuanto a competitividad. Para ello se debe realizar una correcta segmentación del mercado, que permita entender las características y necesidades del consumidor, y de esta forma la industria pueda desarrollar productos con una ventaja competitiva. De igual forma la industria del turismo, debe tener la capacidad de adaptarse a las nuevas exigencias de la demanda, por lo que es de suma importancia la incorporación de las nuevas tecnologías y sistemas de información.

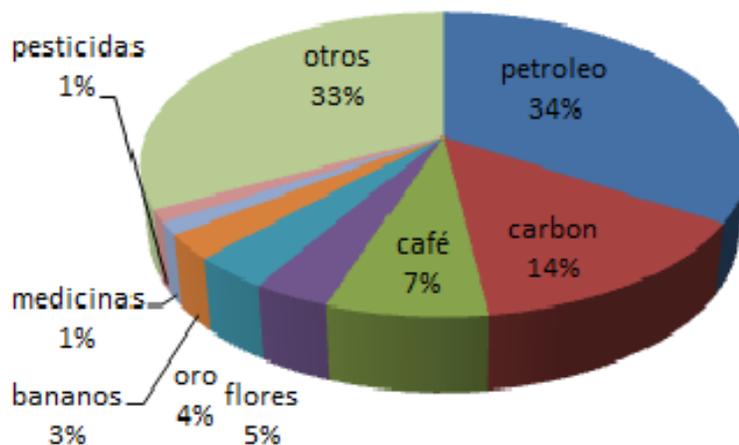
²⁵ GONZALES, Rodrigo y MENDIETA, Martin. Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. [Researchgate.net]. Argentina. Enero. Nro. 23. 2009. P.113. ISSN 1139-7861. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/28300287_Reflexiones_sobre_la_conceptualizacion_de_la_competitividad_de_destinos_turisticos/link/0e6063ecf0c46d4f0aba586d/download.

²⁶ FAYOS SOLA, Eduardo. MARIN, Alberto y MEFFERT, Claudio. The strategic role of trade fairs in the new age of tourism. En: Tourism management. [ScienceDirect]. Febrero. vol. 15. P.15. 1994. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517794900221>.

Sin embargo, la competitividad del turismo no solo puede depender de la gestión del gobierno y de la industria involucrada, si no de las comunidades que interactúan con esta actividad, así como de los turistas que arriban y que generan un impacto en el medio ambiente de los destinos turísticos, Ávila y Barrado²⁷ concluyen que la competitividad del turismo depende del correcto aprovechamiento de los características presentes aleatoriamente por la naturaleza o por el devenir histórico, que permitan generar una oferta, la cual implica una dinámica en que el turística una vez se encuentre en el destino, pueda acceder a una gran variedad de actividades que le otorgue una experiencia diferente y completa.

1.3.3 Competitividad del turismo colombiano. En Colombia existe una dependencia económica en cuanto los ingresos que produce el carbón y el petróleo como materia prima que se exporta a países como Estados Unidos, la Unión Europea y la India. En la gráfica 4 se puede ver el porcentaje de exportaciones que tiene los productos y servicios del país, en donde se puede apreciar la dependencia antes mencionada, por tal motivo se han gestionado diferentes alternativas que permitan obtener divisas de una manera en la que el impacto ambiental sea el mínimo, como lo es el turismo, una alternativa de un crecimiento acelerado mundial y que en Colombia no ha tenido el mismo efecto.

Gráfica 4: Principales Exportaciones de Colombia



Fuente: AMERICANA GROUP. Productos que exporta Colombia. 2015. [sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. ¿Sabías que? 2017. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <http://americanagroup.com.co/que-productos-exporta-colombia-y-a-donde/>.

²⁷ AVILA, Reyes y BARRADO, Diego. Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos. En: Cuadernos de turismo. [Redalyc.org]. España. Julio. Nro. 15. 2005. P.42. ISSN 1139-7861 [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801502>.

El sector del turismo además de promover el cuidado del medio ambiente, tiene otros efectos positivos, como es la contribución de empleo de las personas que de determinada forma interactúan con este sector, señala la Organización Mundial del Turismo (OMT)²⁸, indicando que en el año 2017 en Colombia el sector turismo creció 28,3% respecto al año anterior, esto sumado a una política nacional que busca fortalecer este sector en cuanto a competitividad mundial, demuestra la importancia y potencial que tiene esta actividad, sin embargo hay factores que influyen negativamente como lo es la inseguridad y la mala imagen del país en ciertas partes del mundo, lo que enfoca la política nacional en obtener a largo plazo diversificación de los productos y servicios, promover otros destinos turísticos con gran potencial de desarrollo sostenible, y mejorar la imagen del país.

El potencial del turismo en Colombia es muy relevante, atribuido a la gran diversidad natural y cultural, que le dan un factor diferenciador de los demás destinos del mundo, no obstante, como lo dice la tercera ley de Newton, toda acción trae consigo una reacción, en este caso el daño colateral son la problemática de contaminación turismo sexual y de drogas que aumentan en proporción con el turismo internacional en el país. Por otro lado, la competitividad turística en Colombia ha sido impulsada por políticas y estrategias que se decretan, pero que en muchas ocasiones son ignoradas por las entidades gubernamentales, terminando por no generar efecto alguno, mientras los estándares mundiales cada vez son más exigentes, lo que ha forzado a la industria del turismo a mejorar constantemente.

El índice de Competitividad de turismo del Foro Económico Mundial ubica en su ranking en la posición 62 a Colombia a nivel mundial, y en el puesto 9 a nivel de Latinoamérica, pese al crecimiento acelerado que ha tenido este sector se observa que aún queda un largo camino para llegar a ser uno de los principales destinos turísticos del mundo. Ciertamente Colombia tiene una gran ventaja competitiva en cuanto el turismo, tal y como afirma el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo²⁹: “en naturaleza seremos potencia porque tenemos la mayor diversidad por kilómetro cuadrado del mundo”. Pero se contrarresta con las deficiencias existentes en infraestructura vial y aeroportuaria, la inseguridad que, aunque ha disminuido, sigue siendo una problemática importante sobre todo en ciertas regiones del país, y destinos turísticos que, aunque son únicos, no están adecuadas para practicar el turismo responsable con el medio ambiente.

²⁸ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Yearbook of Tourism Statistics. [Sitio web]. Madrid. España. Sec. Comunicación. Abril, 2017. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <http://publications.unwto.org/es>.

²⁹ MINISTERIO DE COMERCIO, INNDUSTRIA Y TURISMO. Informes de turismo. [Google]. Bogotá D.C. CO. abril 6, 2017. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <https://www.portafolio.co/negocios/turismo-en-colombia-segun-tourism-competitiveness-report-2017-504786>

1.4 MODELOS DE MEDICIÓN DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Cuantificar la competitividad turística de cada país, es una labor compleja realizada por diversos autores y entidades, para ello utilizan diferentes métodos que permita medir la competitividad de los países en cuanto al turismo y de esa forma poderlos comparar entre sí, Pérez, Ramírez y Gonzales³⁰ describen en su estudio los diferentes modelos generados para cuantificar los diversos aspectos de competitividad existentes entre los cuales tenemos:

- El modelo del Foro Económico Mundial relaciona la competitividad con la facilidad de un país para generar un valor económico en comparación con sus competidores. Para esto evalúa las ventajas comparativas, en las cuales destaca los recursos naturales y energéticos; y las ventajas competitivas en las que se encuentra infraestructura, el costo de la mano de obra, políticas privadas y públicas etc.
- El modelo de competitividad de Porter, se caracteriza por su utilización en planes de política industrial, donde indica que la competitividad depende de: las condiciones de los factores productivos, como los recursos humanos, infraestructura, mercado de capitales y tecnología; las condiciones de la demanda, en donde resalta que a mayor exigencia de los clientes, mejores serán los productos y los servicios; las características de las industrias conexas, que son aquellas industrias complementarias que permiten una interacción del cliente más completa, así como un intercambio de ideas e innovación.
- El modelo de Ritchie y Crouch, es un modelo menos genérico que los dos anteriores, ya que asume que un programa de gestión llevado a cabo con una correcta planificación puede servir para mejorar la competitividad. Para ello la información es vital para tomar decisiones sobre las variables de las que depende la competitividad.
- El Modelo Integrado de la competitividad del destino turístico de Dwyer y Kim, este modelo es considerado uno de los más completos, al incorporar el modelo de Ritchie y Crouch en un modelo integral, en el que indican que los recursos característicos de una determinada zona son fundamentales para lograr el éxito de un destino turístico, desde los aspectos de competitividad, además de relacionar factores como la demanda, la gestión propia de la zona, y las condiciones que esta presenta. Sin embargo, la principal problemática de dicho modelo repercute en la dificultad para reunir información concerniente a la situación de cada destino, siendo poco práctico para aplicar en la vida real.

³⁰ GARCÉS PERÉZ, YADELINE. SARMIENTO RAMIREZ, Yunier y PANECA GONZALEZ, Yuriana. La competitividad turística: su medición y factores determinantes. En: Revista de Ciencias Sociales. [Eumed.net]. España. Junio, 2018. P.15. ISSN: 2254-7630. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html>.

- El Monitor de Competitividad del World Travel and Tourism Council y el “Índice de Competitividad Turística” de Gooroochurn y Sugiyarto, es un sistema integrado, que comprende 200 países, los cuales son evaluados con cerca de 65 indicadores de competitividad turística, posteriormente se realiza un índice de competitividad ponderando los indicadores lo que permite elaborar un ranking de los países.
- Modelo de análisis de la competitividad turística de Jiménez y Aquino, este modelo por medio de la interacción entre turista y destino, analiza la competitividad de un destino, en los que se evalúa factores como la satisfacción del turista, el cuidado que se le da al medio ambiente y los efectos socio-económicos, también señalan los autores de este modelo la importancia de la accesibilidad del destino turístico, debido a que este puede tener buenas ventajas y características en comparación a otros, pero si este es poco accesible lo más seguro es que este no sea competitivo. Otro aspecto que destacan recae en lo que denomina en amplificadores o reductores de competitividad tales como la localización, imagen y reputación, seguridad, precio, cultura, entre otros.
- Modelo cuantitativo objetivo de competitividad de los destinos turísticos (MCOCDT) de Rodríguez-Antón, este modelo parte del modelo realizado por el Foro Económico Mundial. Está dividido en 3 grupos que comprenden determinados indicadores. El primer grupo se denomina marco regulatorio turístico, que consta de 29 indicadores; el segundo grupo está enfocado al sector empresarial en infraestructuras turísticas, para lo que se han enfatizado en 27 indicadores; el tercer grupo evalúa los recursos humanos y culturales, así como los recursos naturales y turísticos, el cual está compuesto por 23 indicadores. De los 79 indicadores que se tienen en total, 31 eran de tipo blando, es decir, basados en opiniones de expertos obtenidas por medio de encuestas realizadas por el Foro Económico Mundial; los indicadores restantes son de tipo duro, los cuales se obtienen a través de datos, estadísticas y procedimientos científicos.

2. DISEÑO METODOLÓGICO

Esta investigación es de tipo empírico, la cual supone que los hechos no ocurren de manera aleatoria, si no que por el contrario, se rigen por medio de una relación causa y efecto, cuyo propósito es generar nuevos conocimientos de un determinado tema, al tener alcance exploratorio, que permita identificar el problema de investigación, a través de la obtención de datos y elementos, que faciliten la creación de un marco teórico que permita determinar los factores más determinantes del tema a investigar, de igual forma esta investigación tiene un alcance descriptivo que consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno, para identificar las variables que repercuten en nuestra investigación, tal y como indica López en su artículo³¹.

Las principales fuentes de información fueron el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Organización Mundial del Turismo y el Foro Económico Mundial, de igual forma se consultaron fuentes académicas como Emerald Insight, Redalyc.org, Ebsco Host, ScienceDirect, Leyex.Info entre otras.

En primera instancia, se reseñan los diferentes modelos utilizados para medir la competitividad turística de un determinado país, acto seguido, se identifica las variables que miden estos modelos para posicionar los países de acuerdo con el nivel de competitividad turística, para posteriormente recopilar información referente a las variables identificadas, durante el periodo 2010-2019 en Colombia. Así mismo se recopilan datos y estadísticas del periodo 2010-2019, en lo concerniente al turismo en Colombia, a través de diferentes fuentes académicas y entidades gubernamentales, para luego proceder a evaluar la incidencia que ha tenido las variables de competitividad en los registros estadísticos obtenidos en Colombia durante el periodo 2010-2019, que nos permita llegar conclusión pertinente entre las variables de competitividad y los volúmenes del turismo en Colombia para el periodo 2010-2019 que nos permita entender que tan competitivo en el país en cuanto al turismo en el mercado internacional.

³¹ LÓPEZ, Desiderio. El Hexágono de la Investigación. Questionar: Investigación Específica. [repository.uamerica]. Bogotá D.C. CO. Octubre 7, 2015. Vol. 3. Nro.1. ISSN 23461098. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/6299>.

3. VARIABLES DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO

Cuantificar la competitividad turística de un determinado destino es una labor compleja debido a que se tienen una gran cantidad de factores, circunstancias, y variables que impiden adjuntarlo todo en un mismo modelo, por esta razón los modelos siempre van a tener limitaciones por lo que no se puede confirmar que sus resultados sean totalmente exactos. Sin embargo, todos los modelos coinciden en que la competitividad de un destino turístico depende principalmente de la sostenibilidad ambiental, económica y social.

Los modelos de competitividad turística actuales más relevantes están basados en modelos ya existentes en los que incluyen una variable, un concepto o un nuevo enfoque. Rodríguez Antón³², menciona en su libro 4 modelos con mayor enfoque de competitividad turística, los cuales son: El modelo de Ritchie y Crouch, el modelo del foro económico mundial, el modelo de Dwyer Y Kim, y el modelo de Hong; estos modelos de medición se caracterizan por tener en cuenta la variable correspondiente al entorno y la gestión del destino turístico los cuales son factores determinantes para determinar la competitividad de un destino turístico, ciertamente cada modelo utiliza diferentes conceptos y definiciones para medir estas variables. Por ejemplo, el modelo de Crouch y Ritchie, se enfoca en la gestión turística a partir de la medición de la planificación y desarrollo de políticas del destino turístico; Dwyer y Kim, tienen un enfoque más dirigido hacia el turista y la demanda, y su interacción con el destino turístico.

En teoría, estos 4 modelos parten de factores de competitividad semejantes, sin embargo en número de variables utilizadas para estos factores son diversos en cada modelo y muchos de los indicadores propuestos no son concretos ni medibles, siendo un caso más común en los modelos de Dwyer y Kim, y Hong, a diferencia del modelo del Foro Económico Mundial que presenta indicadores más exactos, aunque presenta falencias debido a que la mayor parte de los indicadores son evaluados a partir de la opinión de expertos y no de datos objetivos relacionados con el hecho. En la tabla 3, se muestran los cuatro modelos mencionados anteriormente, así como las variables de competitividad y las características que rigen cada modelo de medición, para efectos de este análisis nos centramos en el modelo propuesto por el Foro Económico Mundial que se realiza cada 2 años desde el año 2007 y se basa en la existencia de tres subgrupos los cuales dependen de diversas variables que serán descritas posteriormente.

³² RODRÍGUEZ, Antón. Análisis de la competitividad de España como destino turístico. [Googlebooks]. Madrid. España. 2015. P. 145. ISBN 978-84-15705-62-8. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://books.google.com.co/books?id=_Hz2CQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=competitividad.

Tabla 3. Modelos de Competitividad Turística.

Modelo	VARIABLES DE COMPETITIVIDAD	Características
Crouch y Ritchie	Recursos de atracción y soporte. Gestión del destino. Política, planificación y desarrollo del destino.	Infraestructuras, hospitalidad, geografía, clima, cultura, historia, marketing, gestión de recursos, seguridad y reputación.
Foro Económico Mundial	Marco regulatorio turístico. Entorno empresarial e infraestructuras turísticas. Recursos Humanos, naturales y culturales	Sostenibilidad medioambiental, seguridad, salud e higiene, infraestructura de transporte, infraestructura de telecomunicaciones y turística, afinidad y priorización de la industria
Dwyer y Kim	Recursos turísticos, gestión del destino, factores de contingencia y condiciones de demanda.	Infraestructuras turísticas, accesibilidad, hospitalidad, gestión ambiental, localización del destino, entorno competitivo, seguridad y competitividad en los precios.
Hong	Ventajas comparativas, ventajas competitivas, condiciones del entorno global y doméstico, y gestión turística.	Recursos naturales, culturales y patrimoniales, innovación tecnológica, inversiones en infraestructuras, crecimiento y desarrollo, eficacia del funcionamiento y cambios en la superestructura.

Fuente: RODRÍGUEZ, Antón. Análisis de la competitividad de España como destino turístico. [Googlebooks]. Madrid. España. 2015. P. 148. ISBN 978-84-15705-62-8. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://books.google.com.co/books?id=_Hz2CQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=competitividad.

Para proceder con el análisis del turismo internacional Rodríguez³³ clasifica estas variables en tres grupos principales:

- Marco regulatorio.
- Entorno empresarial e infraestructuras turísticas.
- Recursos Humanos, culturales y recursos naturales turísticos.

3.1 MARCO REGULATORIO

El marco regulatorio es el primer factor de competitividad, que comprende un total de 29 componentes, clasificadas en las siguientes 5 variables, explica Rodríguez³⁴:

- Política de regulación:
 - Importancia de la propiedad extranjera
 - Derechos de propiedad
 - Impacto en los negocios de las normas de las inversiones directas extranjeras
 - Requisitos de visa
 - Apertura de acuerdos bilaterales en servicios aéreos
 - Transparencia en la publicación de políticas de gobierno
 - Tiempo necesario para iniciar un negocio
 - Coste para iniciar un negocio
 - Índice de carácter restrictivo de los compromisos para los servicios turísticos
- Sostenibilidad medioambiental:
 - Rigurosidad de la legislación ambiental
 - Aplicación de las normas ambientales
 - Sostenibilidad del desarrollo de la industria turística
 - Emisiones de dióxido de carbono
 - Concentración de metal particulado (PM₁₀)
 - Especies amenazadas
 - Ratificación de tratados ambientales
- Seguridad y protección:
 - Coste de la violencia y el crimen sobre los negocios
 - Credibilidad de los servicios de política

³³ RODRÍGUEZ, Antón. Análisis de la competitividad de España como destino turístico. [Googlebooks]. Madrid. España. 2015. P. 150. ISBN 978-84-15705-62-8. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://books.google.com.co/books?id=_Hz2CQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=competitividad.

³⁴ *Ibíd.*, P.151.

- Accidentes de tráfico
- Costes empresariales por terrorismo
- Salud e higiene:
 - Densidad de médicos
 - Acceso a la infraestructura de saneamiento de aguas residuales
 - Acceso a agua potable
 - Camas e hospitales
- Priorización de los viajes y del turismo:
 - Priorización del gobierno en la industria turística
 - Gasto del gobierno en la industria turística
 - Efectividad del marketing y de la marca para captar turistas
 - Comprensión de los datos mensuales de la industria turística
 - Tiempo estimado de publicación de datos mensuales y trimestrales de la industria turística

3.1 ENTORNO EMPRESARIAL E INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS

El segundo de los factores de competitividad, denominado entorno empresarial e infraestructura depende 27 componentes clasificados en 5 variables, explica Rodríguez ³⁵.

- Infraestructuras de transporte aéreo:
 - Calidad de las infraestructuras de transporte aéreo
 - Asientos de kilómetros disponibles (domésticos)
 - Asientos de kilómetros disponibles (internacionales)
 - Salidas internacionales por 1,000 habitantes
 - Densidad de aeropuertos
 - Numero de aerolíneas que operan
 - Red de transporte aéreo internacional
- Infraestructuras del transporte terrestre:
 - Calidad de las carreteras
 - Calidad de las infraestructuras de ferrocarril
 - Calidad de las infraestructuras del puerto
 - Calidad de la red de transporte de tierra
 - Densidad de carreteras

³⁵ *Ibíd.*, P.152.

- Infraestructuras turísticas:
 - Número de habitaciones de hoteles
 - Presencia de las compañías de alquiler de coches más importantes
 - Cajeros automáticos que aceptan Visa
- Infraestructura de telecomunicaciones:
 - Uso de las TIC para las transacciones negocio-negocio
 - Uso de internet para las transacciones negocio-consumidor
 - Individuos que usan internet
 - Líneas de teléfono fijo
- Competitividad en los precios de la industria turística:
 - Impuestos en los billetes y tasas aeroportuarias
 - Paridad de poder adquisitivo
 - Alcance y efecto de los impuestos
 - Precio del Diesel
 - Índice de precios de Hoteles

3.2 RECURSOS HUMANOS, CULTURALES Y NATURALES

El último de los factores de competitividad, denominado recursos humanos, culturales y naturales depende de 23 componentes clasificados en 4 variables, explica Rodríguez ³⁶.

- Recursos humanos:
 - Inscripción en educación secundaria
 - Calidad del sistema educativo
 - Disponibilidad de investigación especializada y servicios de capacitación
 - Grado de formación del personal
 - Contratación y despidos
 - Facilidad de contratación de personas extranjeras
 - Prevalencia del VIH
 - Impacto en el negocio del VIH
 - Esperanza de vida

³⁶ *Ibíd.*, P.153.

- Afinidad por los viajes y el turismo:
 - Gastos de turismo y recibos como porcentaje de PIB
 - Actitud de la población local hacia los extranjeros visitantes
 - Extensión de los viajes de negocios para fines de ocio
 - Grado de orientación hacia el cliente

- Recursos naturales:
 - Numero de lugares declarados como patrimonio mundial natural
 - Calidad del medio ambiente
 - Total, de especies conocidas
 - Grado de protección medioambiental
 - Áreas marinas protegidas

- Recursos culturales:
 - Numero de lugares declarados como patrimonio mundial cultural
 - Numero de estadios de deporte
 - Numero de ferias y congresos internacionales
 - Exportación de industrias creativas

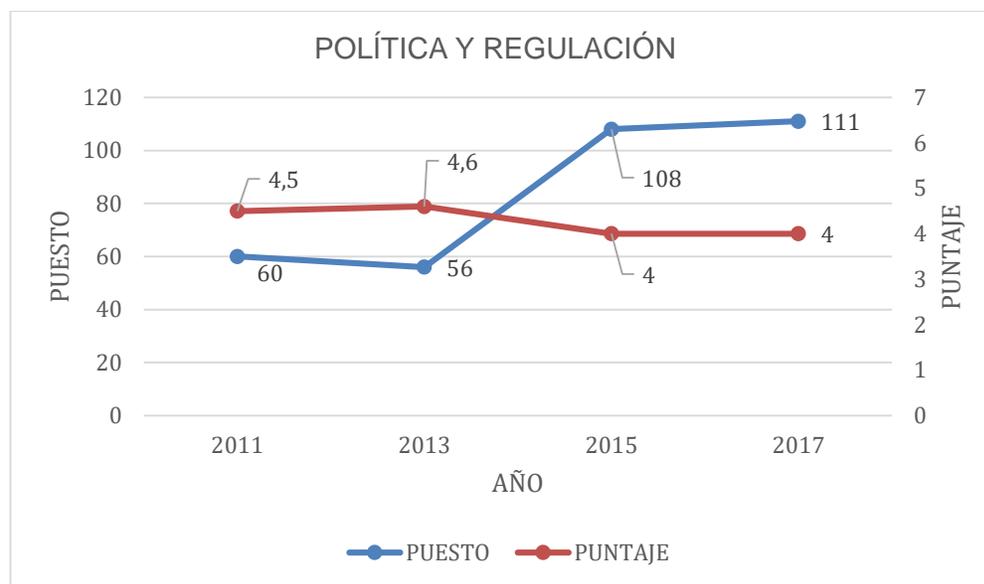
4. COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN COLOMBIA EN EL PERIODO 2010-2017

Una vez identificadas las variables de competitividad del turismo, se procede a determinar el comportamiento que han tenido trece del total de las variables, consideradas las más relevantes, desde el año 2010 por medio de información obtenida del Foro Económico Mundial, que recopilan estudios realizados por gran variedad de fuentes confiables para realizar los informes de competitividad turística, en el que se analizan un total de 141 países y se elabora cada 2 años.

4.1 MARCO REGULATORIO

4.1.1 Política y Regulación. Esta variable mide la compatibilidad del entorno político con respecto a la favorabilidad de hacer negocios de cada país, lo cual es atribuido al papel que desempeña el gobierno por medio de las políticas que gestiona y que a su vez repercuten en los sectores de la economía, según el FEM³⁷. En el grafico 5 se puede apreciar el comportamiento de esta variable en Colombia a partir del año 2010:

Grafica 5. Comportamiento de la variable “política y regulación” en el periodo (2011- 2017).

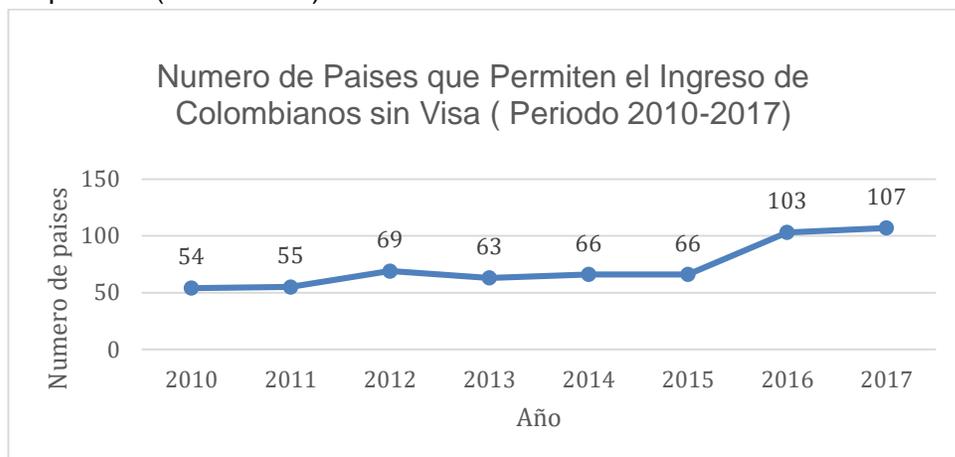


Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

³⁷ FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes.2017. P.353. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

Como se puede observar, en Colombia esta variable tiene un comportamiento desfavorable a partir del año 2015, en el que paso del puesto 56 del ranking del Foro Económico Mundial (FEM) al puesto 108. Pese a tener una mejora en aspectos como en los requisitos de visa, en el que más de 109 naciones permite el ingreso de colombianos sin visa a su país (grafica 6) lo cual nos indica un mejora en la imagen del país; como también en los días necesarios para iniciar un negocio en el país, en el que Colombia paso de 14 días en el año 2011 a 9 días en el año 2017; junto con el indicador que mide la cantidad de acuerdos sobre servicios aéreos, además del flujo de tráfico que se tienen con otras compañías, en el que Colombia ocupa el puesto 19 en el ranking del FEM con un total de 18 acuerdos. Se tienen falencias en cuanto a la transparencia de las políticas del gobierno y los costes para iniciar un negocio que sigue siendo muy elevado lo que afecta directamente la inversión extranjera y por ende disminuye la competitividad de Colombia en un contexto global.

Grafica 6. Número de países que permiten el ingreso de colombianos en el periodo (2011- 2017).



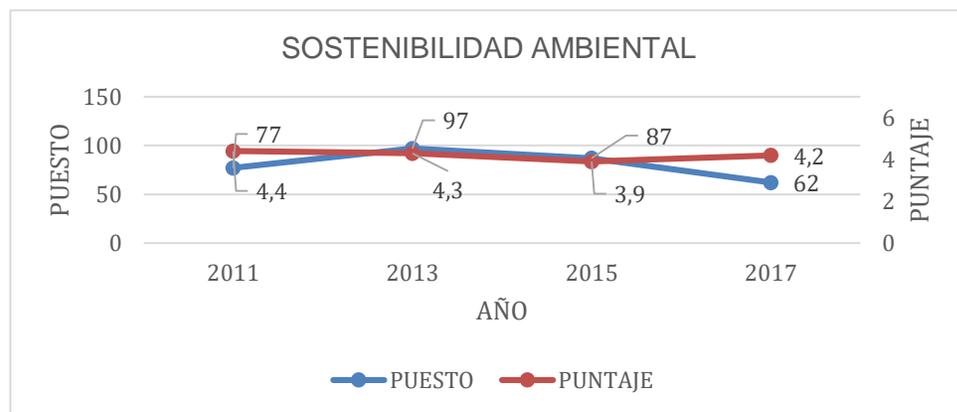
Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

4.1.2 Sostenibilidad ambiental. Esta variable mide la solidez de las políticas ambientales fomentadas por el gobierno, gestionadas para proporcionar un lugar más atractivo para el turismo en un planeta en que la conciencia ambiental cada vez es mayor, por lo que esta variable depende de igual forma del grado de contaminación, así como de los reglamentos y la rigurosidad con que las autoridades hacen cumplir estas normas para proteger el medio ambiente, según el FEM³⁸. En la gráfica 7 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010. Como se pueda apreciar, en Colombia esta variable

³⁸Ibíd., P. 354.

ha tenido un comportamiento inconsistente siendo el año 2017 el que mejor puntuación y posición obtuvieron en el índice de competitividad del FEM, atribuido principalmente a mejoras en indicadores de contaminación como el de las concentraciones de material particulado en el que Colombia paso de ocupar el puesto 35 en el año 2010 al puesto 19 en el año 2017 debido en gran parte a mejoras en indicadores de contaminación como el de las concentraciones de material particulado en el que Colombia paso de ocupar el puesto 35 en el año 2010 al puesto 19 en el año 2017; sin embargo no se puede dejar de señalar que aunque se ha tenido un progreso en este aspecto, ocupamos el puesto 62 de un ranking de 140 países en el 2017, indicadores como la cantidad de especies en peligro con aproximadamente el 13 % de especies animales amenazadas y la propia sostenibilidad de la industria turística la cual es pobre en comparación a la mayoría de países que forman parte del estudio del FEM ocupando el puesto 94 en el 2017, son las grandes debilidades que hace que Colombia aun teniendo una riqueza natural incomparable no lidere este aspecto.

Grafica 7. Comportamiento de la variable “sostenibilidad ambiental” en el periodo (2011- 2017).

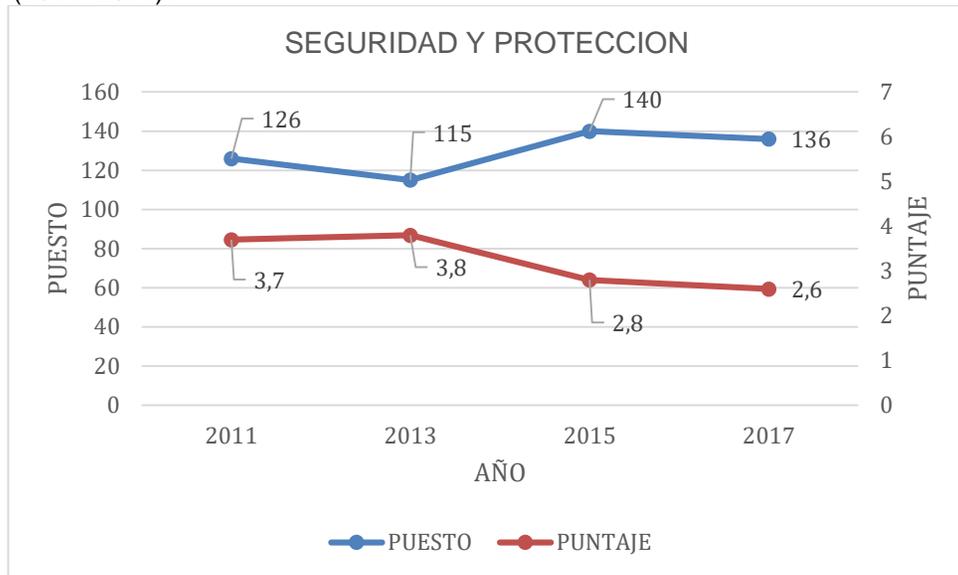


Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

4.1.3 Seguridad y Protección. Ciertamente esta es una variable muy importante, que influye directamente en la competitividad de un país, sobre todo en el contexto del turismo en el que los viajeros al elegir un destino procuran que no sea un riesgo en cuanto a su seguridad y protección. Entre más peligroso sea el destino, más complicado será el desarrollo de este lugar debido a que las industrias como las de turismo y transporte se sienten más expuestas y limitadas a realizar sus operaciones con plena tranquilidad, tal y como indica el FEM³⁹. En la gráfica 8 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010.

³⁹ *Ibíd.*, P. 354.

Grafica 8. Comportamiento de la variable “seguridad y protección” en el periodo (2011- 2017).



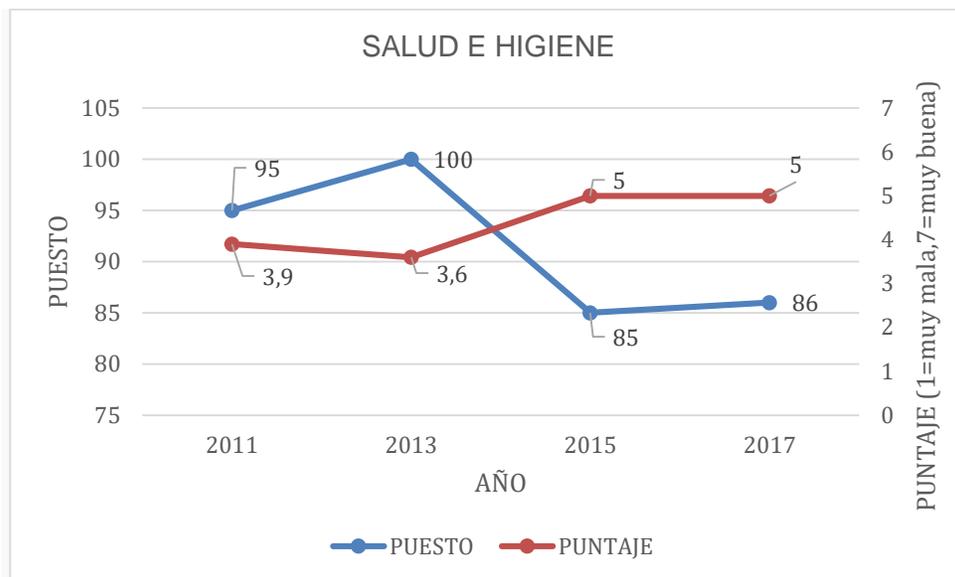
Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

El panorama que presenta esta variable es vergonzoso, aun con el leve aumento de posiciones que figuran en el año 2013 con respecto al año 2011, Colombia se encuentra entre los países menos competitivos en lo que corresponde a seguridad y protección, siendo los años 2015 y 2017 periodos en los que ocupó los últimos puestos del ranking del FEM, atribuido principalmente a los altos costos empresariales generados por la violencia y el crimen, indicador que ocupa el puesto 125 del ranking del FEM del 2017, siendo la mejor posición desde el año 2010, el cual ha tenido un progreso mínimo en comparación al resto de países; la credibilidad en la policía es otro indicador fuertemente calificado por el FEM sobre todo en el 2017 en el que aumentó 33 casillas con respecto al 2015, obteniendo la más baja puntuación desde el año 2010, por lo que podemos decir que en este aspecto el país pareciera ir en retroceso. El terrorismo y la alta tasa de accidentes de tráfico terminan por opacar este factor que repercute seriamente en la competitividad del país.

4.1.4 Salud e Higiene. Una variable esencial para la competitividad de la industria de transporte y turismo ciertamente es la salud e higiene. Un turista antes de desplazarse a otro país tiene la responsabilidad de informarse adecuadamente de las enfermedades a las que puede estar expuesto, así como de las vacunas necesarias para evitarlas, teniendo en cuenta que no todas las enfermedades tienen vacuna, como es el caso del virus del Zika. De igual forma es importante para el turista conocer que tan efectivo es el sistema de salud de cada país, en

caso de que este llegase a enfermar, por lo que esta variable de competitividad depende también de la densidad de médicos y hospitales. La prevalencia de enfermedades como el VIH y el acceso a agua potable también son indicadores muy importantes que influyen en el arribo de viajeros internacionales, tal y como indica el FEM⁴⁰. En la gráfica 9 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010.

Grafica 9. Comportamiento de la variable “salud e higiene” en el periodo (2011- 2017).



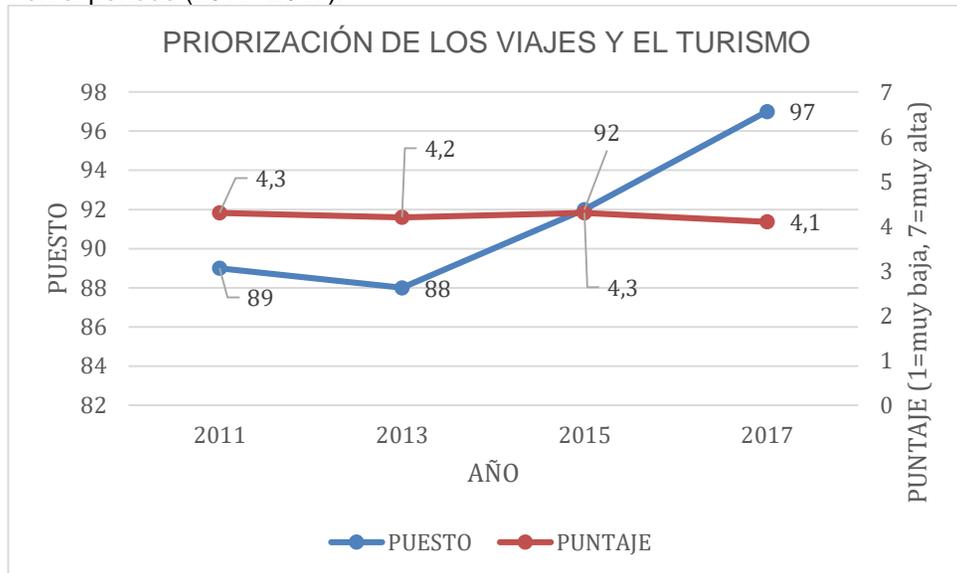
Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

En cuanto al comportamiento de esta variable en Colombia, es evidente el progreso que se ha obtenido en los últimos años, el cual se refleja en la puntuación otorgada por el FEM, en el que Colombia obtuvo un puntaje de 5 (bueno) en la variable de salud e higiene. Los indicadores que presentan mayores dificultades son la densidad de médicos, en el que el FEM en su informe del 2017 indica que la relación de médicos por cada mil personas es de 1.5, siendo la mejor desde el año 2010, y estando muy por debajo de países como Alemania donde la relación para el año 2017 era de 3.9; de igual manera la relación entre el total de camas de hospital por cada 10000 personas es muy baja siendo de 1.5 para el 2017; al igual que los casos de malaria en el que según el FEM es 165 por cada 100000 personas, por lo que el país ocupó el puesto 101 en informe de competitividad del año 2017.

⁴⁰ *Ibíd.*, P. 355.

4.1.5 Priorización de los viajes y el turismo. Esta variable también tiene un impacto relevante ya que evalúa en qué medida el gobierno apoya y respalda la industria del turismo, por lo que el FEM califica aspectos como las campañas, estrategias y fondos destinados para esta industria, lo cual genera que el país sea más atractivo para la inversión extranjera, según el FEM⁴¹. En la gráfica 10 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010.

Gráfica 10. Comportamiento de la variable “priorización de los viajes y el turismo” en el periodo (2011- 2017).



Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

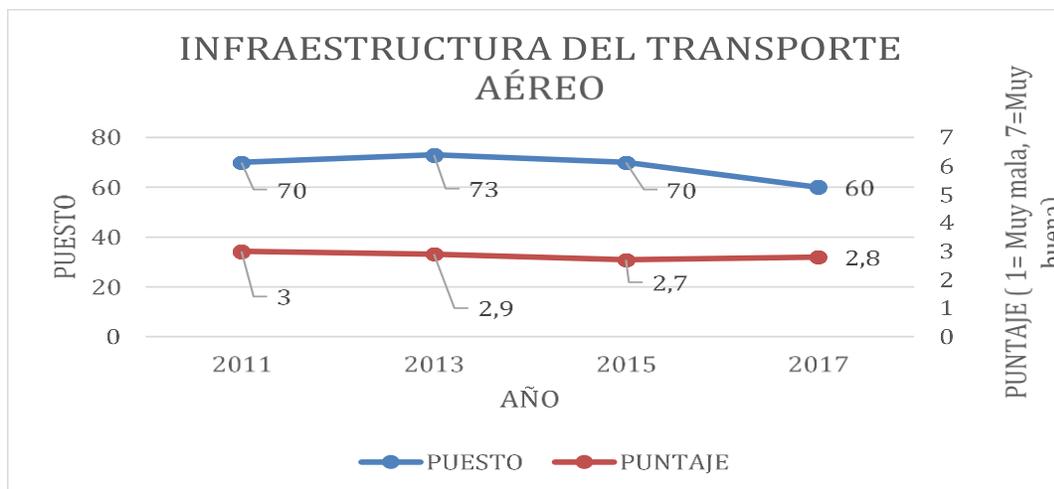
El progreso de esta variable en Colombia ha sido mínimo si no es que nulo según los informes de competitividad turística del FEM, podemos observar como la puntuación obtenida desde el año 2010 se ha mantenido casi constante y como las posiciones del ranking han aumentado, indicando que el país se encuentra atascado en este aspecto en comparación a la mayoría de los países que hacen parte del estudio. Principalmente el aspecto que más incide en este comportamiento es el gasto que destina el gobierno al sector del turismo, con tan solo 2% del presupuesto total del gobierno, países como Malta que ocupó el primer lugar en el ranking del FEM en el 2017 en cuanto a esta variable, destina un porcentaje de 11.5% del presupuesto total. Por otro lado, el factor que mejor puesto y puntuación obtuvieron en los informes de competitividad turística fue la efectividad del marketing para atraer turistas, pese a que del año 2015 al 2017 obtuvo una reducción en la puntuación de 0.4 y aumento 5 posiciones hasta llegar a la posición 57 del informe presentado por el año 2017.

⁴¹ *Ibíd.*, P. 355.

4.2 ENTORNO EMPRESARIAL E INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS:

4.2.1 Infraestructuras del transporte aéreo. Esta variable mide la calidad y facilidad de un país para desplazarse dentro de su territorio y hacia otros países por medio de la vía aérea según el FEM ⁴². Olariaga y Rodríguez⁴³ explican en su estudio que el transporte sobre todo el aéreo es el motor de la industria del turismo. En la gráfica 11 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010.

Gráfica 11. Comportamiento de la variable “infraestructura del transporte aéreo” en el periodo (2011- 2017).



Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

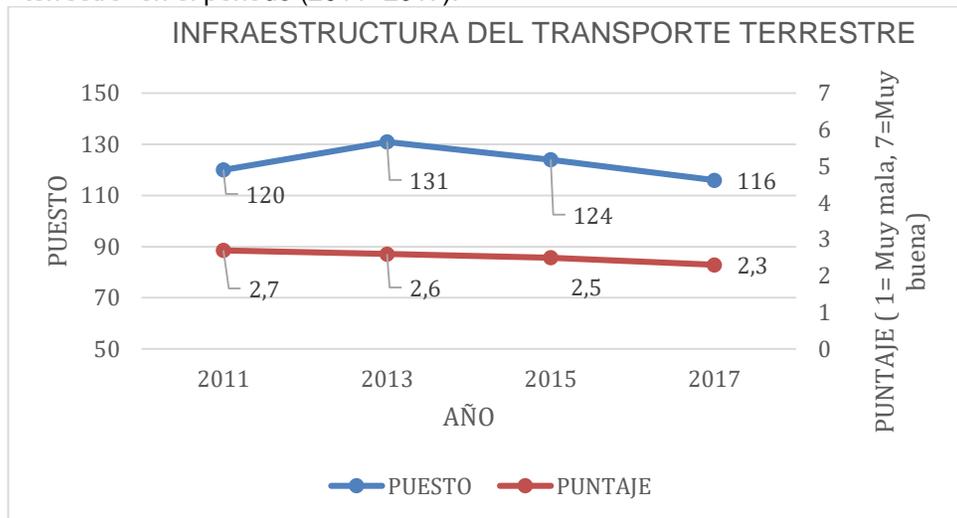
En Colombia el progreso de la infraestructura de transporte aéreo ha sido positiva al conectar a todas las ciudades y mercados principales con eficacia. Los aspectos que mejor progreso han tenido según el FEM y de los cuales depende la evaluación de esta variable son el número de aerolíneas que operan, pasando de 28 en el año 2011 a 36 en el año 2017; como también la cantidad de salidas internacionales pasando del puesto 55 en el 2010, al puesto 43 en el 2017; y aunque en menor medida se evidencia así mismo un progreso en la calidad y cantidad del transporte aéreo del país.

⁴² *Ibíd.*, P. 355.

⁴³ OLARIAGA, Oscar; RODRÍGUEZ, Alba. Comportamiento e interrelación del turismo y el transporte aéreo en Colombia. [Researchgate.net]. Bogotá D.C. CO. Vol. 25. 2016. P. 38 [Consultado 7, junio, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/292311474_Comportamiento_e_interrelacion_del_turismo_y_el_transporte_aereo_en_Colombia.

4.2.2 Infraestructura del transporte terrestre. Esta variable es esencial para el desplazamiento en el interior de una nación; bien sea por carretera, por ferrocarril o por vía acuática, el transporte terrestre tiene un rol muy relevante en la llegada de viajeros internacionales, explica el FEM⁴⁴, por lo que es una variable clave en cuanto a competitividad turística se refiere, un país puede contar con una diversidad de lugares singulares, pero si no hay facilidad para llegar a ellos, no se podría obtener todo el potencial que estos destinos pueden brindar. En la gráfica 12 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010.

Grafica 12. Comportamiento de la variable “infraestructura del transporte terrestre” en el periodo (2011- 2017).



Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

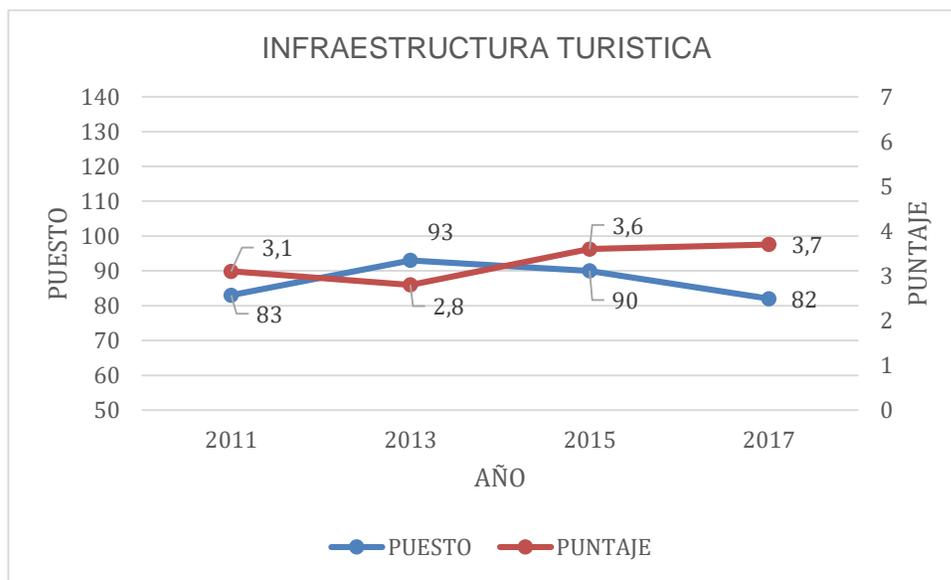
En esta grafica es evidente el progreso mínimo que ha tenido la infraestructura terrestre desde al año 2011, donde el FEM en sus índices de competitividad turística realizados desde esa fecha, ha calificado con un promedio de 2.5 equivalente a “deficiente”, esta variable de competitividad. Los aspectos que principalmente tuvieron mayor incidencia en este comportamiento fueron la calidad de la infraestructura terrestre, en el que los informes realizado por la FEM desde el año 2011 el país obtuvo un promedio de 2.75 en este factor, equivalente a “deficiente”; otro factor crítico del cual depende la variable de infraestructura turística fue la densidad de carreteras, en la cual Colombia ocupo el puesto 96 en el ranking del 2017 del FEM, con 19 km construidos por cada 100 km cuadrados ocupando el puesto 93; sin embargo aún más deficiente es el factor correspondiente a la densidad de las vías férreas, en el que el país tan solo tiene 0.1 km construidos por cada 100 km cuadrados, comparado con países como Alemania que tiene 9.4 km

⁴⁴Ibíd., P. 356.

construidos por cada 100 km cuadrados, es claro el atraso que el país presenta en este aspecto; por otro lado en cuanto a la calidad de infraestructura del puerto el país ha tenido un avance positivo con un promedio de 3.5 equivalente a “aceptable”, aunque todavía hay un largo camino para llegar a estar entre los mejores países en cuanto a este aspecto.

4.2.3 Infraestructura turística. Esta variable depende de aspectos más centrados al turismo como tal, a diferencia de la infraestructura de transporte, esta depende principalmente de la cantidad y calidad del alojamiento de los hoteles, así como de la presencia de empresas que ofrecen servicios turísticos y de la cantidad de cajeros automáticos. Ciertamente entre más desarrollada sea esta infraestructura turística, más atractivo y cómodo será el destino turístico para los visitantes, por lo que es una variable de gran relevancia en cuanto a competitividad turística se refiere. En la gráfica 13 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010

Grafica 13. Comportamiento de la variable “infraestructura turística” en el periodo (2011- 2017).



Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

Como se puede observar en la gráfica 13, en los informes de competitividad turística realizado por el FEM desde el año 2011, en cuanto a infraestructura turística Colombia obtuvo la mejor puntuación y posición en el año 2017. Sin embargo en los años 2013 y 2015 el país tuvo un retroceso importante, atribuido principalmente al rápido crecimiento de este sector en el resto del mundo en cuanto a

infraestructura turística, por ejemplo países como Austria cuenta con 3.4 habitaciones de hotel por cada 100 habitantes, en Colombia esta relación tan solo es de 0,4; así mismo aspectos como la calidad de la infraestructura terrestre y la presencia de empresas que prestan servicios turísticos, ciertamente son los que más contribuyen con el comportamiento que ha tenido esta variable desde el año 2010, las cuales en el año 2017 ocuparon las posiciones 72 y 79 respectivamente, sin embargo pese a presentar una mejora aun no es suficiente, para llegar a ser líderes en este aspecto de competitividad turística.

4.2.4 Infraestructura de Telecomunicaciones. Esta variable mide la inserción y la calidad de los medios de comunicación; como el internet, la telefonía móvil y fija, entre otras, cuyo rol es de gran importancia en un mundo cada vez más globalizado, en el que la incorporación y desarrollo de estos medios, es vital para hacer un país más competitivo, sobre todo en el sector turístico, señala el FEM⁴⁵.

En la gráfica 14 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010. En esta grafica podemos entender el comportamiento de esta variable desde el año 2010 según los informes de competitividad turística realizados por el FEM, se puede observar como en el informe de año 2011 Colombia ocupó el puesto 64 con una puntuación de 3.3 (donde 1= muy mala, 7 =muy buena).

si observamos el año 2017 se tiene que Colombia ocupó una mayor puesto en el ranking (69), aun teniendo una mejor puntuación (4,4), lo que se puede explicar debido a que los demás países que hacen parte del estudio han tenido un mayor progreso el que ha tenido el país en lo concerniente al uso del internet para realizar negociaciones y transacciones, es por eso que a pesar de mejorar la puntuación no hubo una mejora en cuanto a la posición , sin embargo lo verdaderamente importante es que el país ciertamente ha tenido un progreso en cuanto esta variable de competitividad turística.

4.3 RECURSOS HUMANOS, CULTURALES Y NATURALES:

4.3.1 Recursos Humanos. La importancia de esta variable de competitividad turística radica en las necesidades que tienen las industrias para su desarrollo y crecimiento, por lo que la calidad de los recursos humanos es fundamental. Esta variable depende de aspectos como la salud, los niveles de educación, la esperanza de vida y la normatividad necesaria para la contratación de personal, según el FEM⁴⁶. En la gráfica 15 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010.

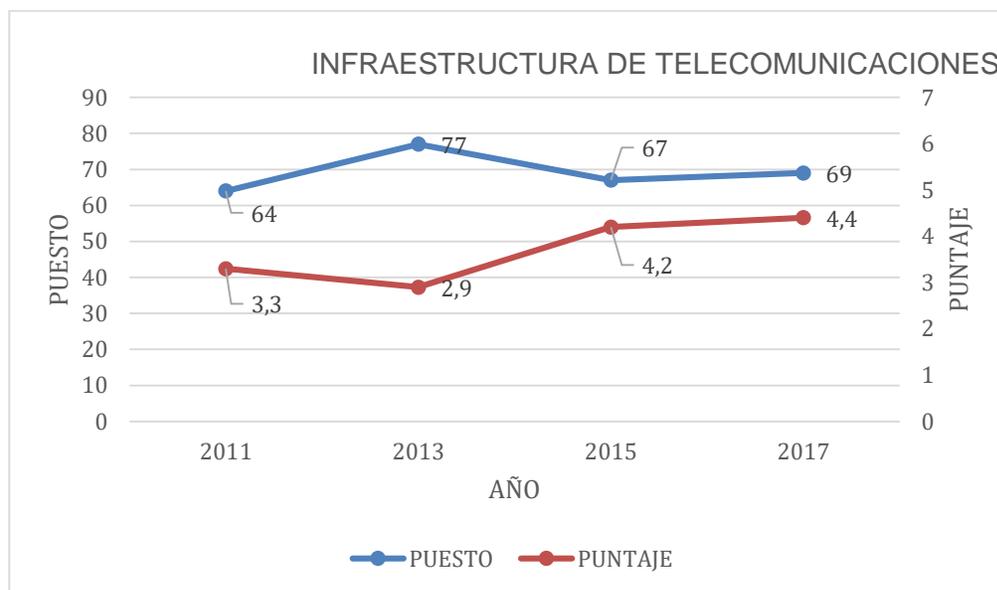
⁴⁵ *Ibíd.*, P. 356.

⁴⁶ *Ibíd.*, P. 357.

Como se puede observar en la gráfica 15, según los informes de competitividad turística del FEM no se ha tenido un progreso en esta variable desde el año 2010. Dentro de los aspectos que más incidieron en este comportamiento ciertamente fueron el grado de educación profesional, en el que la mejor posición obtenida por este aspecto en los informes de competitividad turística del FEM realizados desde el 2011, fue la posición 83 en el año 2015 y la peor fue la posición 99 en el año 2011, donde el promedio de la tasa de la población profesional del país es de 3.6 %, Suiza ocupa el primer lugar en este aspecto con cerca del 5,7 de su población profesional.

De igual manera otro aspecto de gran influencia en este comportamiento corresponde a la rigidez en la normatividad para contratar y despedir personal, en el cual para el año 2017 Colombia ocuparía el puesto 98 siendo la mejor posición de los últimos informes, sin embargo, es prueba de los impedimentos que presenta el país en estas regulaciones, que terminan por afectar las industrias, la inversión extranjera directa y demás, que terminan por afectar el grado de competitividad del país.

Grafica 14. Comportamiento de la variable “infraestructura turística” en el periodo (2011- 2017).



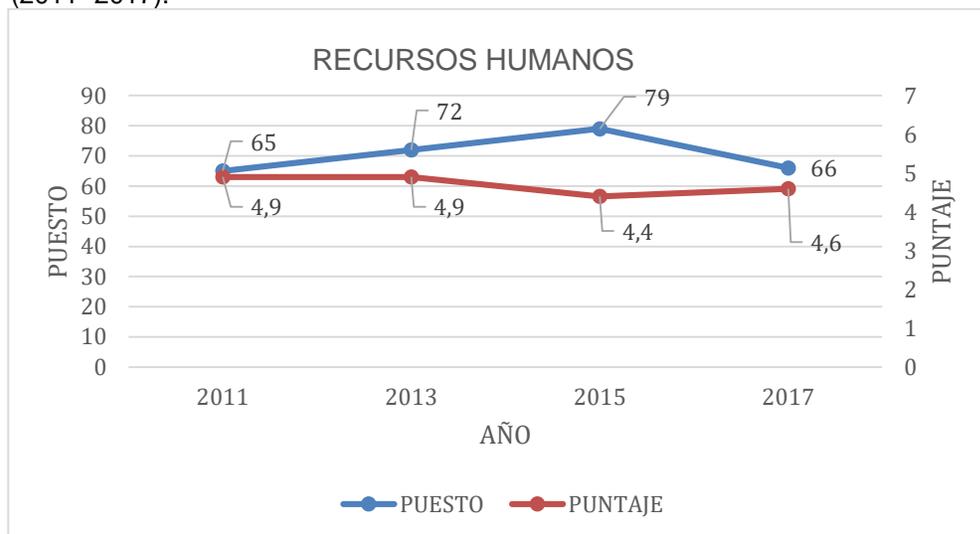
Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

Cabe mencionar que pese al casi nulo progreso que ha tenido esta variable desde el año 2010, se ha tenido mejoras en aspectos como la prevalencia de VIH en el que Colombia paso del puesto 88 en el 2011, al puesto 76 en el año 2017; así como

también en el aspecto que mide la facilidad de contratación de mano de obra extranjera, el cual mejoró notablemente pasando del 88 en el 2011 al puesto 44 en el 2017.

Recursos Culturales. El turismo cultural presenta un gran dinamismo en cuanto a su crecimiento en los últimos años, es por eso que esta variable es de gran relevancia en cuanto a competitividad turística se refiere. El estudio que realiza el FEM mide aspectos que les permita cuantificar la riqueza cultural como el número de lugares de Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO, la cantidad de estadios deportivos, el número de Ferias y exposiciones internacionales en el país, así como los volúmenes exportaciones de industrias creativas, indica el FEM⁴⁷. En la gráfica 16 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010

Gráfica 15. Comportamiento de la variable “Recursos Humanos” en el periodo (2011- 2017).



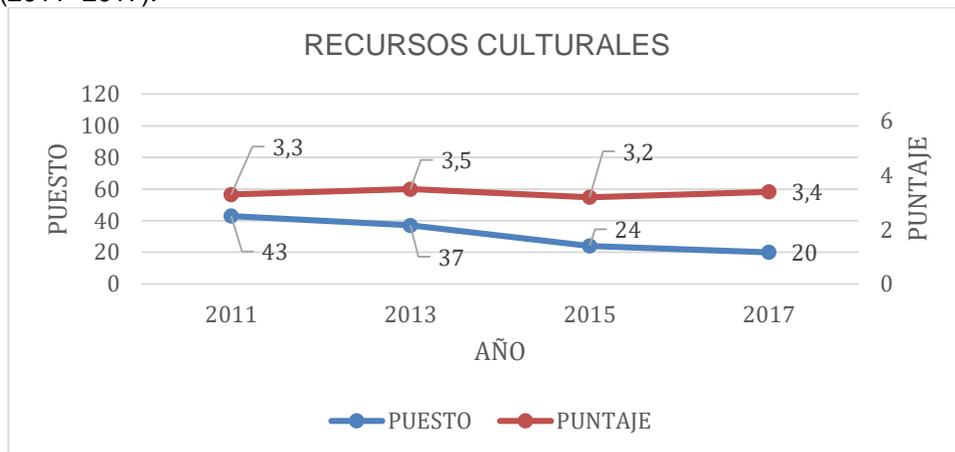
Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

Ciertamente esta es una de las mejores variables de competitividad del país. Se puede apreciar en la gráfica el comportamiento favorable que presenta esta variable desde el año 2011 al año 2017, subiendo 17 posiciones. Los aspectos que más incidieron en este comportamiento fueron en primer lugar las practicas del patrimonio cultural, el cual comprende los conocimientos, habilidades, expresiones y objetos asociados a las comunidades, y que son transmitidos de generación en generación , aspecto en el que Colombia ocupó el puesto 16 en el ranking del FEM del 2017; otro aspecto al cual se le atribuye este buen comportamiento de esta

⁴⁷ *Ibíd.*, P. 357.

variable de competitividad, es la cantidad de estadios deportivos, en el que el país ocupó el puesto 20 también en el año 2017; por otro lado el aspecto que menor puntuación y posición han obtenido en el transcurso de los informes de competitividad turística realizados, es la demanda digital cultural, la cual mide el volumen total de búsquedas en línea relacionado con sitios históricos, tradiciones, museos, artes escénicas, turismo urbano, religioso, gastronomía etc. Este aspecto ha obtenido un promedio de puntuación de 16 en los informes de competitividad de la FEM desde el año 2011 en donde 100 es la puntuación perfecta.

Grafica 16. Comportamiento de la variable “Recursos Culturales” en el periodo (2011- 2017).



Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

4.3.2 Recursos Naturales. Un factor importante en cuanto a competitividad del turismo mundial, son los recursos naturales. Los turistas hoy en día no solo buscan destinos de playa y sol, sino también una experiencia que les permita entrar en contacto directo con el medio ambiente como lo es el ecoturismo, que cada vez es más popular, ya que permite interactuar con la naturaleza mientras que la cuidamos y fomentamos un pensamiento ecológico, según el FEM⁴⁸. En la gráfica 17 se demuestra el comportamiento de esta variable en Colombia desde el año 2010.

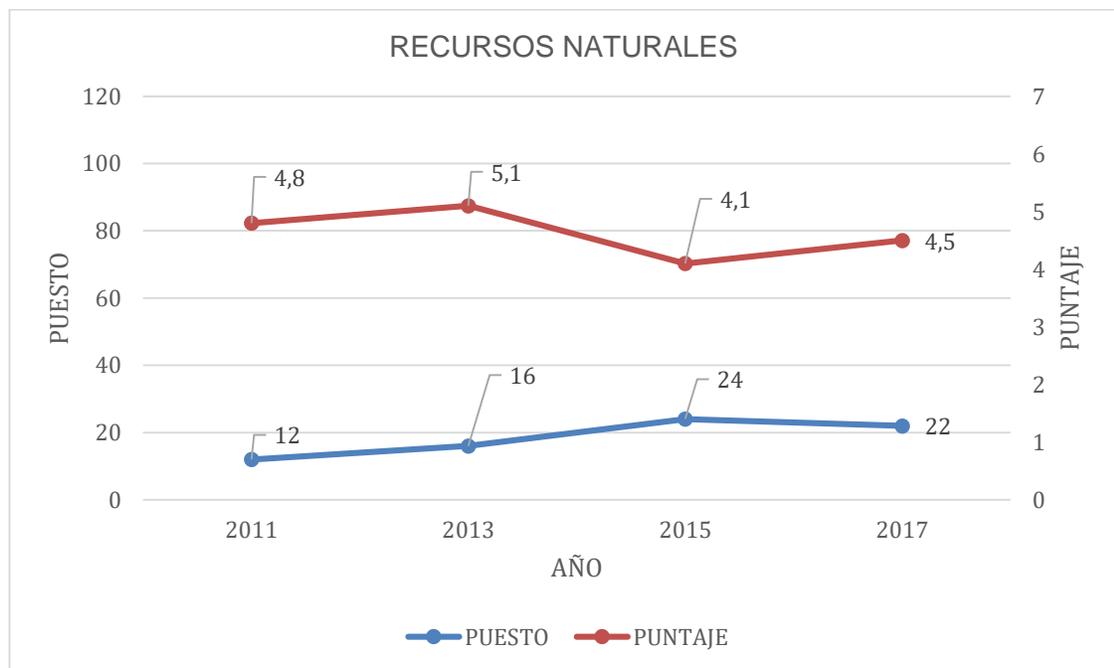
Según los informes de competitividad turística realizados por el FEM, los recursos naturales es la variable mejor posicionada de Colombia en cuanto a puntuación y posición, principalmente atribuida a la enorme diversidad que presenta el país, ocupando la segunda posición en los informes realizados desde el año 2010, con un total de 2962 especies para ese mismo año y con cerca de 3037 especies conocidas para el año 2017. Sin embargo, pese a que los recursos naturales representan la mejor ventaja competitiva de Colombia en lo referente al turismo

⁴⁸ *Ibíd.*, P. 358.

internacional, en la gráfica 17 se puede observar que el país paso de ocupar el puesto 12 en el 2010 al puesto 22 en el 2017, generado en parte por los países que le dan una mayor importancia a lo referente a la protección ambiental y el medio ambiente.

Por ejemplo el total de áreas protegidas en Colombia para el año 2017 es de 23,1% del área total, en comparación con el año 2011 que se tenían 19.5%, si se ha tenido una mejora en este aspecto, pero las posiciones ocupadas en esos años para ese mismo aspecto fueron 41 y 24 respectivamente, lo que nos permite concluir que a pesar de haber aumentado el número de áreas protegidas desde el año 2010, los demás países lo han hecho en una mayor proporción, es por eso que en el ranking de competitividad turística del FEM realizados desde el 2010, Colombia pese a aumentar sus áreas protegidas, su posición a desmejorado.

Grafica 17. Comportamiento de la variable “Recursos Naturales” en el periodo (2011- 2017).



Nota: Este grafico fue elaborado con datos obtenidos del Foro Económico Mundial. The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://es.weforum.org/reports>.

5. VOLÚMENES DE TURISMO INTERNACIONAL EN COLOMBIA EN EL PERIODO 2010-2019

En este capítulo se presentan los volúmenes asociados al turismo en Colombia desde el año 2010 con el propósito de entender cuál ha sido la importancia de este sector en el país como consecuencia del crecimiento acelerado que ha presentado en los últimos años. Las llegadas de los turistas extranjeros a Colombia principalmente fueron realizadas a través de vía aérea, seguido por vía terrestre y por último por vía marítima. En la tabla 4, se presentan la cantidad de turistas que arriban al territorio nacional por año desde el año 2012, donde se puede reiterar el crecimiento que ha tenido el turismo en el país con un aumento en la llegada de turistas de 104% aproximadamente, cifra importante que demuestra que el país se posiciona cada vez mejor en cuanto a los destinos turísticos elegidos por los viajeros.

Tabla 4. Vías de ingreso de extranjeros a Colombia en el periodo 2012-2018.

Año	Número de Extranjeros que ingresaron a Colombia	Vía Aérea	Vía Marítima	Vía Terrestre
2012	1.692.821	1.516.450	15.123	161.248
2013	1.832.098	1.644.680	22.640	164.778
2014	2.051.918	1.812.617	33.015	206.286
2015	2.384.899	2.121.886	36.734	225.537
2016	2.698.155	2.340.062	32.605	310.415
2017	3.343.972	2.559.847	37.709	739.172
2018	3.459.332	2.333.746	34.362	1.087.562

Fuente: ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

Gran parte de estos turistas destacan las cualidades naturales y culturales del país como uno de los principales motivos por los cuales deciden realizar sus viajes a Colombia, para el año 2018 el 75.59% de los extranjeros que llegaron del país lo hicieron por esta razón, el 14.8% lo hizo por motivos de negocios, el porcentaje restante se desplazó al país por otros motivos como educación y salud, según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo⁴⁹; cabe resaltar que este

⁴⁹ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Estadísticas nacionales. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33.

comportamiento se ha mantenido desde el año 2012. Sin embargo, para efectos de este estudio no se tendrán en cuenta la llegada de extranjeros venezolanos debido a los sucesos ocurridos en Venezuela que causó que miles de venezolanos se desplazarán a Colombia en busca de una mejor vida. Como se puede observar en la tabla 5, el país con el mayor número de viajeros con destino a Colombia entre el año 2012 y 2018 fue Estados Unidos, el país europeo con mayor número de viajeros fue España, por parte de Oceanía fue Australia, para el continente asiático no se tienen cifras considerables, en cuanto a los países que limitan con Colombia los que más viajeros tuvieron con destino a Colombia a excepción de Venezuela, fue Brasil seguido muy de cerca de Argentina y Ecuador, países como México tuvieron más viajeros con destino a Colombia que países que se encuentran más cerca de Colombia como Chile y Perú.

Tabla 5. Turistas por país de origen que Ingresaron a Colombia entre el 2012-2018

País	Cantidad de turistas que Ingresaron a Colombia entre el 2012-2018
Venezuela	3.467.584
Estados Unidos	3.042.859
Brasil	1.021.331
Argentina	1.021.258
Ecuador	1.004.070
México	946.173
Perú	875.179
España	791.190
Chile	774.105
Francia	388.193
Alemania	383.719
Canadá	326.393
Holanda	285.771
Italia	254.748
Costa Rica	229.126
Australia	95.424
Bélgica	60.453
Austria	39.291

Fuente: Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo. Compendio de estadísticas turísticas. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

En la tabla presentada a continuación se encuentran los ingresos de divisas generados por el turismo, en donde es evidente el crecimiento que ha presentado este sector en el país, con un crecimiento del 68% entre el periodo 2010 -2017. Se trabajó con este periodo de tiempo por disponibilidad oficial de datos al respecto. Ciertamente los hoteles y restaurantes juegan un papel fundamental en la generación de estos ingresos, representando cerca del 3.83% del Producto Interno

Bruto para el año 2018, siendo el porcentaje de contribución más alto desde el año 2010. Pese a la reducción de este porcentaje evidenciada desde el año 2011, el sector de hoteles y restaurantes fue recuperándose progresivamente como se aprecia en la gráfica 18.

Tabla 6. Ingreso de divisas en dólares por turismo en el periodo 2010-2017.

Año	Ingreso de Divisas en Dólares
2010	\$3.440 millones
2011	\$3.801 millones
2012	\$4.364 millones
2013	\$4.758 millones
2014	\$4.887 millones
2015	\$5.236 millones
2016	\$5.688 millones
2017	\$5.787 millones

Fuente: ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

Gráfica 18. Porcentaje del PIB de hoteles y restaurantes.



Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Estadísticas nacionales. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. s.f. Sec. Estudios económicos. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33.

El potencial que presenta el turismo en la actualidad se puede comprobar con el comportamiento que ha tenido la inversión extranjera directa en Colombia en categorías como el comercio, restaurantes y hoteles. Según la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO)⁵⁰ para el año 2018 esta categoría presenta un aumento del 60% en comparación al año anterior, alcanzando un valor de USD 1.323 millones con una participación del 12% del total de la inversión extranjera directa.

Grafica 19. IED en Comercio, Restaurantes y Hoteles.



Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Estadísticas nacionales. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. s.f. Sec. Estudios económicos. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33.

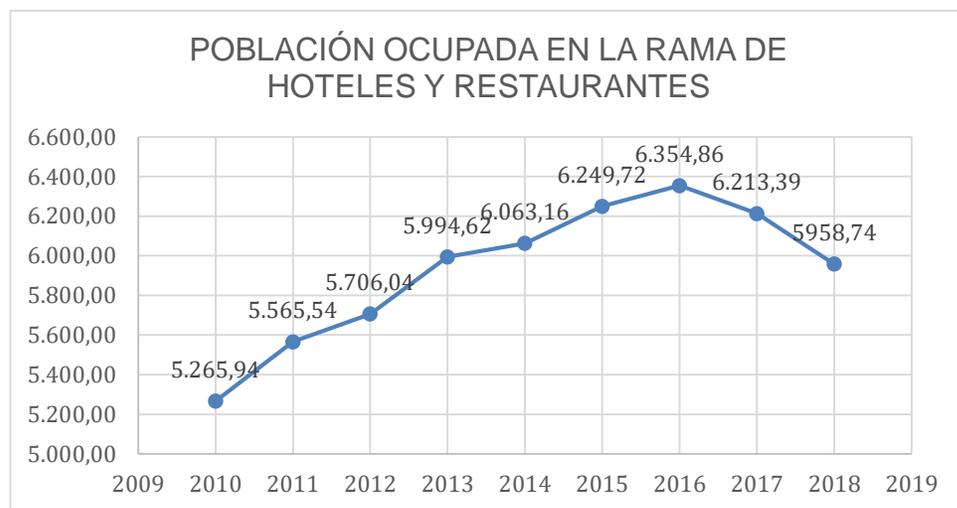
De igual forma otra categoría que presenta un comportamiento similar y que de igual forma está relacionada directamente con el turismo es el transporte, cuya inversión extranjera directa en el 2017 alcanzo USD 3394 millones siendo el valor más alto registrado para este sector. Sin embargo, desde el 2010 la inversión extranjera en este sector presenta una tendencia irregular con altos y bajos, atribuidos a aspectos negativos como la inseguridad, la corrupción, así como de la inestabilidad jurídica, como indica Navas y Cubillos⁵¹ en su investigación.

⁵⁰ ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

⁵¹ NAVAS, Verónica y CUBILLOS, Mircea. Inversión extranjera directa en Colombia: Características y tendencias. [Googlearcademics]. Bogotá D.C. CO. 2010. P. 11. [Consultado 17, junio, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/Inversi%C3%B3n%20extranjera%20directa%20en%20Colombia%20caracter%C3%ADsticas%20y%20tendencias.pdf>.

La industria del turismo claramente es un motor para la generación de empleo, un informe presentado por el Banco Internacional de Desarrollo indica que aproximadamente 1 de cada 10 trabajos están relacionadas con esta industria, que para el año 2016 genero cerca de 6 millones de empleos de calidad, según Aguerrevere y Rucci⁵². En Colombia no ha sido la excepción, como se puede apreciar en la gráfica desde el año 2010 la población ocupada en la rama de hoteles y restaurantes presenta un comportamiento creciente, siendo el año 2016 el pico más alto con un total de 6354 personas, sin embargo, para el año 2017 y 2018 tuvo un decrecimiento de aproximadamente el 3% y el 7% respectivamente en comparación al año anterior.

Grafica 20. Población ocupada en la rama de hoteles y restaurantes.



Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Estadísticas nacionales. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. s.f. Sec. Estudios económicos. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_ocup_actividad/all/36.

Por otro lado, el empleo informal presenta un comportamiento similar en consecuencia a la falta de capacitación y el crecimiento de esta industria en el país, por lo que el Gobierno Nacional ha gestionado diversas iniciativas que permita fortalecer las habilidades de estas personas y por ende ser más competitivos en la industria turística, en la que cada vez los viajeros son más exigentes.

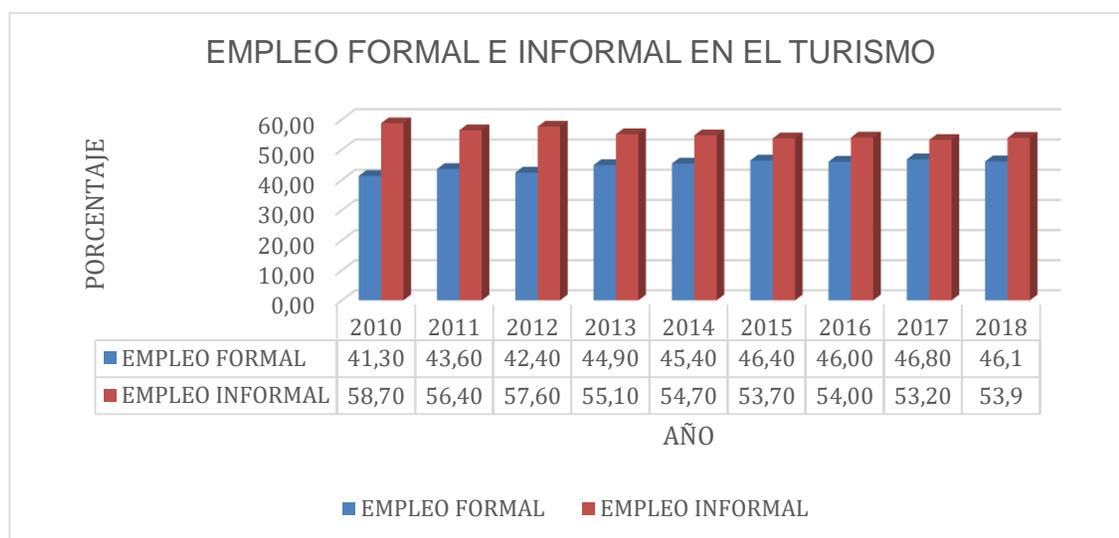
En la gráfica 21, se presenta el porcentaje de empleo formal frente el empleo informal, en donde se puede concluir que desde el año 2012 el porcentaje de empleo informal se ha reducido cerca de 4% para el año 2018, no obstante pese a

⁵² RUCCI, Graciana y AGUERREVERE, Gabriela. Más allá de unas vacaciones: el turismo como fuente de empleo. [Googleacademics]. Septiembre 27, 2018. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/mas-alla-de-unas-vacaciones-el-turismo-como-fuente-de-empleo/>.

presentar un comportamiento beneficioso para el país, continua siendo mayor que el empleo formal, lo que se traduce en que la mayor parte de la población empleada en la industria del turismo, no tiene un empleo de calidad, donde le brinden todas las garantías como salud, pensión, subsidios etc.

En cuanto al promedio del valor de los salarios que reciben la población ocupada en la industria del turismo, básicamente se ha mantenido en el mismo valor que ha tenido el salario mínimo para cada año (tabla 7), lo que nos hace cuestionar si realmente es el turismo una alternativa positiva para Colombia y que realmente su potencial va a ser aprovechado por toda la población o solo por unos pocos que son los que en verdad están llenando sus bolsillos a costa de las cualidades y características de nuestro país.

Grafica 21. Empleo formal e informal en el turismo.



Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Estadísticas nacionales. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. s.f. Sec. Estudios económicos. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33.

En cuanto a los destinos turísticos más visitados en Colombia, según los informes del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Bogotá es el lugar más concurrido por los turistas con 576.444 visitas para el año 2016, seguido por el departamento de Bolívar y Antioquia con 201.692 y 140.322 visitas respectivamente; Nariño, Guajira y Norte de Santander, tuvieron un crecimiento en la llegada de turistas del 520%, 197% y 72% respectivamente atribuidas en su mayoría a la riqueza cultural y natural de estos departamentos; otros departamentos no tuvieron el crecimiento esperado como lo fue en Magdalena y San Andrés, dos de los principales destinos turísticos de Colombia, los cuales solo tuvieron un crecimiento del 18% y el 2%

respectivamente, según la asociación colombiana de agencias de viajes y turismo⁵³.

Tabla 7. Promedio de ingresos laborales en turismo 2010-2017.

AÑO	Promedio de ingresos laborales en turismo (miles de pesos colombianos)
2010	500
2011	535
2012	566
2013	600
2014	600
2015	644
2016	690
2017	738

Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Estadísticas nacionales. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. s.f. Sec. Estudios económicos. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33.

En cuanto a los destinos turísticos más visitados en Colombia, según los informes del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Bogotá es el lugar más concurrido por los turistas con 576.444 visitas para el año 2016, seguido por el departamento de Bolívar y Antioquia con 201.692 y 140.322 visitas respectivamente; Nariño, Guajira y Norte de Santander, tuvieron un crecimiento en la llegada de turistas del 520%, 197% y 72% respectivamente atribuidas en su mayoría a la riqueza cultural y natural de estos departamentos; otros departamentos no tuvieron el crecimiento esperado como lo fue en Magdalena y San Andrés, dos de los principales destinos turísticos de Colombia, los cuales solo tuvieron un crecimiento del 18% y el 2% respectivamente, explica la Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo⁵⁴.

Como se ha mencionado anteriormente, el factor diferenciador de Colombia como destino turístico ciertamente es su gran diversidad natural, hecho que se refleja en los 23 parques naturales que se encuentran en su territorio; según la Agencia de

⁵³ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

⁵⁴ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

Viajes y Turismo (ANATO) los parques naturales más visitados desde el año 2012 se encuentran en primer lugar los corales del Rosario Y de San Bernardo ha liderado en cuanto a la llegada de visitantes al contar con la plataforma coralina más extensa del Caribe colombiano por lo que es un destino obligado para los amantes del ecoturismo; caso similar ocurre con el parque natural el Tayrona caracterizado por sus bosques tropicales y su rica biodiversidad es el segundo parque natural más visitado en Colombia seguidos en una menor medida por el parque natural de los Nevados, la Sierra Nevada de Santa Marta, el Chingaza y la isla Corota.

Tabla 8. Visitantes por parque.

PARQUE NATURAL	VISITANTES ENTRE EL PERIODO 2012-2018
Chingaza	137.886
Corales del Rosario	4.791.462
S.F.F Los Colorados	6.131
P.N.N. El Cocuy	90.437
S.F.F Iguaque	47.503
P.N.N. Gorgona	21.596
P.N.N. Utría	32.498
Cueva de los Guácharos	5.905
S.F.F Los Flamencos	79.822
P.N.N. Macuira	6.438
P.N.N. Tayrona	2.478.745
Sierra Nevada de Santa Marta	92.952
Parque Isla de Salamanca	12.277
Sierra de la Macarena	64.043
S.F.F Isla de la Corota	233.494
S.F.F Galeras	2.440
S.F.F Otún Quimbaya	38.296
P.N.N. Los Nevados	251.609
S.F.F Malpelo	2.833
Old Providence McBean	113.125
P.N.N. El Tuparro	4.257

Fuente: ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

Tabla 9. Visitantes a los parques naturales por año

VISITANTES A LOS PARQUES NATURALES POR AÑO	
AÑO	VISITANTES
2012	825.298
2013	878.842
2014	917.146
2015	969.792
2016	1.446.716
2017	1.653.523
2018	1.831.192

Fuente: ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

6. COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES DE COMPETITIVIDAD CON LOS VOLÚMENES DE TURISMO INTERNACIONAL EN COLOMBIA

En este capítulo se procede a comparar el comportamiento de las variables y los volúmenes de turismo en Colombia, presentes en los capítulos anteriores, para proceder a analizar la competitividad de Colombia en el sector turístico.

De las variables de competitividad turística descritas anteriormente, la principal fortaleza de Colombia es la variable “Recursos Naturales” (grafica 16), según FEM, esta variable ha sido la de mejor posición y mayor puntuación en los índices de competitividad turística realizados desde el 2011, seguida de la variable “Recursos Culturales” (grafica 15). El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo⁵⁵ indica que aproximadamente el 70% de los turistas extranjeros arriban a territorio nacional con el motivo de conocer dichos recursos naturales y culturales. En la tabla 4 se presenta el flujo de visitantes extranjeros en donde se tiene un aumento de más del doble en la llegada de turistas entre el periodo 2012-2018, demostrando el potencial turístico del país, siendo los recursos naturales y culturales los principales protagonistas de este comportamiento el cual se ve reflejado en la tabla 8 donde se tienen las entradas a los parques naturales de Colombia, presentando un comportamiento similar a la tabla 4, lo que nos termina de reafirmar que son los recursos naturales la mejor carta de competitividad del país.

En la gráfica 14 se muestra el comportamiento de la variable de competitividad “Recursos humanos”. Para el año 2011 obtuvo la mejor puntuación por el FEM y a partir de ese año continuo con un comportamiento desfavorable, lo cual concuerda con la investigación realizada por Dueñas y Piedrahita⁵⁶, quienes comentan que el bajo nivel de comunicación en otros idiomas, la falta de estudiantes y profesionales con carreras afines, son las principales falencias de Colombia; si observamos la gráfica 18 se evidencia un comportamiento consecuente a la grafica14, siendo el año 2011 el que mayor inversión extranjera directa tuvo en el sector de comercio, restaurantes y hoteles, sectores que interactúan directamente con el turismo, y que nos permite entender que si el nivel de recursos humanos es deficiente va a repercutir negativamente en la inversión extranjera, a lo cual se suma la alta tasa de empleo informal que aunque presenta un comportamiento decreciente sigue siendo mayor a la tasa de empleo formal (Grafica 20).

⁵⁵ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Estadísticas nacionales. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33.

⁵⁶ ALFONSO DUEÑAS, Roció. HERNANDEZ PIEDRADITHA, Mónica y HERNANDEZ PIEDRADITHA Viviana. Análisis del sector turismo de naturaleza en Colombia. [Repositorio Ean]. Bogotá D.C 2013. [Consultado 17, junio, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/6032/HernandezViviana2013.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.

Para el año 2013 la variable de competitividad “Sostenibilidad ambiental” (grafica 7) fue una de las más deficientes para Colombia según los informes de competitividad turística presentados por el FEM, lo que resulta contraproducente ya que si son los recursos naturales nuestro factor diferenciador, esta variable nos indica que existen deficiencias en la capacidad que tiene el país para continuar dependiendo de ellos, lo que termina por empañar la competitividad de país en el sector del turismo, comparado con otros países que pueden que no tengan mejores recursos naturales pero se mantienen a la vanguardia en cuanto a sostenibilidad ambiental para reducir el impacto negativo que no solo el turismo si no las demás industrias generan en estos. No obstante, para ese mismo año también se tuvieron avances en cuanto al entorno empresarial, mejorando en cuanto a costos y tiempos necesarios para empezar un negocio, aunque no lo suficiente para tener un aumento en la inversión extranjera directa involucrada en el sector turístico (grafica 19) en el 2013 comparado con años anteriores. De igual manera, en el 2013 fue el año que peor puntuación y posición obtuvieron las variables de infraestructura turística, terrestre y aérea, en los informes de competitividad turística presentados por la FEM desde el 2011, pero que en los informe posteriores presentaría mejoras que haría posible que el ingreso de extranjeros en Colombia continuara con un comportamiento favorable como se muestra en la tabla 4 en donde se tienen el flujo de extranjeros creciente hacia el país por las diferentes vías.

Las relaciones internacionales de un país y la facilidad con que este permite la entrada de turistas extranjeros a su territorio constituyen otra variable de competitividad turística. En la gráfica 6 se presentan la cantidad de países que admiten el ingreso de colombianos sin visa a sus territorios, en donde se observa una trayectoria ascendente, siendo este un indicio claro de que las relaciones internacionales del país han mejorado; de igual manera en la tabla 5 se encuentran los países que más turistas ingresaron al territorio colombiano, en donde se observa la presencia de países de otro continentes además del propio, siendo este un indicador positivo de la imagen que se percibe del país, y del avance en cuanto a la tecnología de comunicaciones. Sin embargo en la tabla 10 se presenta la variable “priorización de los viajes de turismo” con un comportamiento nada favorable debido en gran parte al bajo presupuesto que destina el gobierno al sector del turismo, pese a los altos ingresos en divisas que este genera (tabla 6), lo que resulta inaudito debido a que el gobierno se mofa hablando del potencial turístico del país, por lo que deberían invertir cantidades de dinero acordes a las ganancias que genera el sector del turismo y no simplemente explotarlo hasta que deje de ser rentable, lo cual se evidencia en la gráfica 5 en donde se muestra que las políticas y regulaciones que gestiona el gobierno van de mal en peor a partir del 2013, entorpeciendo la creación de empresas y negocios que permitan continuar con el desarrollo del turismo en Colombia.

Para el año 2017, Colombia se habría vuelto más competitivo como destino turístico según el informe de competitividad turística del FEM⁵⁷ presentado ese año, atribuido en gran parte al progreso de sus ventajas competitivas, tanto de los recursos naturales y la apertura internacional, como de los recursos culturales, ratificando el potencial del país en esa variable; así mismo la infraestructura aérea mejoró notablemente (Grafica 12) , siendo la vía aérea la más utilizada para llegar al territorio nacional, seguida de la vía terrestre y por ultima la vía marítima (Tabla 4); cabe mencionar que la infraestructura terrestre presento deficiencias importantes en parte por mala administración del capital, problemas de planeación y de corrupción.

Por último, la variable de competitividad más deficiente de Colombia a lo largo de los informes de competitividad realizados por el FEM claramente es la seguridad y protección, ocupando los últimos lugares, pese a que la imagen del país ha mejorado, siguen habiendo zonas de conflicto dentro del territorio a las cuales los países recomiendan que se mantenga alejados a sus coterráneos que visitan Colombia, lo que termina por afectar negativamente la competitividad turística, siendo esta la razón de porque si somos el país más diverso natural y culturalmente, no somos el número uno comparado con otros destinos turísticos.

⁵⁷ FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes.2017. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

7. CONCLUSIONES

- EL turismo en Colombia ha evolucionado constantemente, siendo unos los sectores que más genera divisas, además de ser un motor de desarrollo que genera empleo y protege el medio ambiente. Se observa que la competitividad del turismo en Colombia no ha sido estudiada a profundidad. El análisis realizado en este trabajo cumplió el objetivo, analizar la competitividad de Colombia en el sector del turismo en el periodo 2011-2018. Se concluye que la competitividad de Colombia en el sector del turismo depende principalmente de los recursos naturales y recursos culturales, quienes conforman las variables con las ventajas competitivas más importantes, sin embargo solo fue hasta después del 2013 que el gobierno toma un enfoque dirigido hacia la sostenibilidad ambiental, tomando conciencia de que no solo se deben explotar estos recursos, si no también velar por protegerlos si en verdad se quiere llegar a ser potencia en el turismo.
- En general, el país ha avanzado en la mayoría de las variables de competitividad analizadas, la priorización que le ha dado el gobierno al turismo ha hecho que el país sea más accesible para los turistas de todo el mundo. Se concluye que la razón principal por lo que Colombia no figura dentro de los principales destinos turísticos del mundo son los problemas de violencia e inseguridad generado por los grupos armados y el narcotráfico, que además conllevan a problemáticas de prostitución y drogadicción que atrae turistas con este tipo de intereses, lo cual empaña las demás fortalezas y cualidades que presenta el país. La inversión extranjera directa en los sectores que interactúan en el turismo no se ha comportado de manera esperada después de alcanzar los valores máximos en el año 2011, atribuido en parte por los problemas de política y regulación, variable que cuantifica el entorno empresarial y la facilidad para hacer negocios, donde se han encontrado demasiadas trabas jurídicas y problemas de corrupción que terminan por ahuyentar a los inversionistas de otros países.
- Por otro lado, en cuanto a infraestructura, el transporte aéreo aun sin ser el mejor del mundo funciona efectivamente conectando a todas las ciudades y aunque se puede mejorar, el problema real radica en la infraestructura terrestre en el que se tiene caminos sin pavimentar, derrumbes, obras sin terminar, lo que dificulta el desplazamiento a los cerca de 1000 municipios colombianos y demás destinos turísticos nacionales.
- En conclusión Colombia es competitivo en el turismo internacional siendo la diversidad su mejor fortaleza, y la violencia su mayor debilidad, para llegar a ser una potencia del turismo primero hace falta acabar con esta debilidad, de igual manera invertir en recursos humanos para que la población colombiana, sobre todo la que interactúa con el turismo, maneje más de un idioma y se forme en carreras afines a este sector, que permita brindar una mejor experiencia para los turistas que arriben a alguno de los destinos turísticos del país.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda analizar los impactos negativos que conllevan el aumento del turismo en el mundo, lo cual acarrearán problemáticas como turismo sexual, consumo de drogas y de narcotráfico, siendo este el verdadero motivo de viaje de algunos turistas, que trae no solo repercusiones sociales si no también económicas.
- El ecoturismo ha tomado gran importancia en los últimos años, al mezclar el gusto por viajar, con la responsabilidad de cuidar los recursos naturales y culturales⁵⁸, aspectos en los que Colombia presenta una gran fortaleza, por lo que se recomienda analizar la competitividad de Colombia en lo referente al ecoturismo.

⁵⁸ VANEGAS, Gloria. Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. Universidad de Antioquia. [Googleacademics]. 2006. [Consultado 26, agosto, 2019]. Disponible en: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>.

BIBLIOGRAFÍA

ALFONSO DUEÑAS, Roció. HERNANDEZ PIEDRADITHA, Mónica y HERNANDEZ PIEDRADITHA Viviana. Análisis del sector turismo de naturaleza en Colombia. [Repositorio Ean]. Bogotá D.C 2013. [Consultado 17, junio, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/6032/HernandezViviana2013.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Compendio de estadísticas turísticas. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Estadísticas.2019. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://www.anato.org/es/investigaciones>.

AVILA, Reyes y BARRADO, Diego. Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos. En: Cuadernos de turismo. [Redalyc.org]. España. Julio. Nro. 15. 2005. P.42. ISSN 1139-7861 [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801502>.

BANCO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Enciclopedia-Economía. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Definiciones temáticas. 2017. [Consultado 1, agosto, 2019]. Disponible en <https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Mercados>

BEJARANO, Jesús. Elementos para un enfoque de la competitividad en el sector agropecuario. Colección de Documentos IICA. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. República de Colombia 1998. P. 36. [Consultado 10, mayo, 2019]. Disponible en: <http://repiica.iica.int/DOCS/B0103E/B0103E.PDF>.

BEJARANO, Jesús. Elementos para un enfoque de la competitividad en el sector agropecuario. En: Colección de Documentos IICA. [Sitio web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Sistema de bibliotecas. 1998. P. 36. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://repiica.iica.int/DOCS/B0103E/B0103E.PDF>.

BENAVIDES, Giovanni. Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. [ScienceDirect]. Bogotá D.C. CO. Abril. Vol. 6. Nro. 2. 2015. P.72. [consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000117>.

BRIDA, Juan; MONTERUBBIANESI, Pablo y ZAPATA, Laura. Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. En: Revista Pasos. [Redalyc.org]. España. Vol. 9. Nro. 2. 2011. P. 302. ISSN 1695-7121. [Consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88117284006>.

BRUDTLAND, Harlem. Nuestro futuro común. WCED. [Googleacademics]. 1987. P.23. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf.

BUCKLEY, Peter. PASS, C. L. y PRESCOTT, Kate. Measures of international competitiveness: A critical survey. Journal of Marketing Management. [Researchgate.net]. United the Kingdom. Enero. Vol. 4. Nro. 2. 1988. P.177. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/233254623_Measures_of_International_Competitiveness_A_Critical_Survey.

CAMAGNI, Roberto. Territorial capital and regional development. Handbook of Regional Growth and Development Theories. [Researchgate.net]. Milán. Italia. Enero, 2009. P.128. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/286184330_Territorial_capital_and_regional_development

CAÑADA, Ernest y GASCÓN Jordi. Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad. Icaria Editorial. [Researchgate.net]. Barcelona. 2005. p. 143. ISBN 84-7426-8D6-0. [Consultado 13, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/322487036_Viajar_a_todo_tren_turismo_desarrollo_y_sostenibilidad.

CAZAR M, Efraín. El mercado internacional de divisas: Principios básicos. [Repositorio Digital.]. Quito: Ediciones ABYA –YALA, 2001. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1315&context=abya_yala.

COLLAZOS, Alexander. Turismo en Colombia resultados del sector (2007-2010). [Researchgate.net]. Universidad de Santiago de Chile. Marzo 2012. [Consultado 3, abril, 2019]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/280018008_Turismo_en_Colombia_resultados_del_sector_2007-2010.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. DANE. Preguntas frecuentes. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Sistema Estadístico Nacional. s.f. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_pib.pdf.

DUEÑAS, Roció. PIEDRADITHA, Yina. Análisis del sector turismo de naturaleza en Colombia. [Googleacademics]. 2013. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/6032/HernandezViviana2013.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.

FAYOS SOLA, Eduardo. MARIN, Alberto y MEFFERT, Claudio. The strategic role of trade fairs in the new age of tourism. En: Tourism management. [ScienceDirect]. Febrero. Vol. 15. P.15. 1994. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517794900221>.

FORO ECONÓMICO MUNDIAL. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Sitio web]. Ginebra. Suiza. Sec. Informes.2017. [Consultado 10, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

GARCÉS PERÉZ, YADELINE. SARMIENTO RAMIREZ, Yunier y PANECA GONZALEZ, Yuriana. La competitividad turística: su medición y factores determinantes. En: Revista de Ciencias Sociales. [Eumed.net]. España. Junio, 2018. P.15. ISSN: 2254-7630. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html>.

GONZALES, Rodrigo y MENDIETA, Martin. Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. [Researchgate.net]. Argentina. Enero. Nro. 23. 2009. P.113. ISSN 1139-7861. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/28300287_Reflexiones_sobre_la_conceptualizacion_de_la_competitividad_de_destinos_turisticos/link/0e6063ecf0c46d4f0aba586d/download.

INTERNATIONAL RECOVERY PLATFORM. Documento de apoyo infraestructura. [eird.org]. Sec. Documentos y publicaciones. s.f. p.2. [Consultado 10, agosto, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>.

KOKALJ, Z. Turbulent political circumstances bear on Colombians in a perpetual circle of violence. [Researchgate.net]. Enero. Vol. 54. 2007. P. 13. [Consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/294134077_Turbulent_political_circumstances_bear_on_Colombians_in_a_perpetual_circle_of_violence

LÓPEZ, Desiderio. El Hexágono de la Investigación. Sugestionar: Investigación Específica. [repository. uamerica]. Bogotá D.C. CO. octubre 7, 2015. Vol. 3. Nro.1. ISSN 23461098. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/6299>.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE. 2010. La Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE). [Sitio web]. Bogotá. Sec. Publicaciones. S.f. p. 128. [Consultado 1, agosto, 2019]. Disponible en <http://www.minambiente.gov.co/index.php/bosques-biodiversidad-y-servicios-ecosistematicos/politica-nacional-de-biodiversidad>.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Centro de información turística de Colombia. [Sitio web]. Bogotá D.C.CO. Sec. Estadísticas nacionales. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33.

MONTES, Leticia; MORALES, S. Pablo y HERRERIA, I. Marglenis. Las variables y su operacionalización. Material de apoyo sobre la metodología de la investigación. [Googleacademics]. Enero. Vol. 11. Nro. 1. 2007. P. 12. [Consultado 13, agosto, 2019]. Disponible en: <https://www.ingentaconnect.com/content/doi/10295186/2007/00000011/00000001/art00008>.

NAVAS, Verónica y CUBILLOS, Mircea. Inversión extranjera directa en Colombia: Características y tendencias. [Googleacademics]. Bogotá D.C. CO. 2010. P. 11. [Consultado 17, junio, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/Inversi%C3%B3n%20extranjera%20directa%20en%20Colombia%20caracter%C3%ADsticas%20y%20tendencias.pdf>.

OLARIAGA, Oscar; RODRÌGUEZ, Alba. Comportamiento e interrelación del turismo y el transporte aéreo en Colombia. [Researchgate.net]. Bogotá D.C. CO. Vol. 25. 2016. P. 38 [Consultado 7, junio, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/292311474_Comportamiento_e_interrelacion_del_turismo_y_el_transporte_aereo_en_Colombia.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Yearbook of Tourism Statistics. [Sitio web]. Madrid. España. Sec. Comunicación. Abril, 2017. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <http://publications.unwto.org/es>.

PICORNELL, Climent. Los Impactos del Turismo. Universidad de la Rioja. [Dialnet]. España. Nro.11. 2001. P.70. ISSN 0214-8021. [Consultado 13, mayo, 2019]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2201703>.

RUCCI, Graciana y AGUERREVERE, Gabriela. Más allá de unas vacaciones: el turismo como fuente de empleo. [Googleacademics]. Septiembre 27, 2018. [Consultado 17, junio, 2019]. Disponible en: <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/mas-alla-de-unas-vacaciones-el-turismo-como-fuente-de-empleo/>.

RODRÌGUEZ, Antón. Análisis de la competitividad de España como destino turístico. [Googlebooks]. Madrid. España. 2015. P. 150. ISBN 978-84-15705-62-8. [Consultado 11, mayo, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://books.google.com.co/books?id=_Hz2CQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=competitividad.

VANEGAS, Gloria. Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. Universidad de Antioquia. [Googleacademics]. 2006. [Consultado 26, agosto, 2019]. Disponible en:

<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. Yearbook of Tourism Statistics. [Google académico]. Abril 2017. [Consultado 11, mayo, 2019]. Disponible en: <http://statistics.unwto.org/content/yearbook-tourism-statistics>.

ZÚÑIGA COLLAZOS, Alexander y CASTILLO PALACIO, Marysol. Turismo en Colombia resultados del sector (2007-2010). En: Magazine Empresarial. [Researchgate.net]. Cali. Colombia. Marzo. Vol. 08. Nro. 15. 2012. P. 71 [Consultado 3, abril, 2019]. Archivo en pdf. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/280018008_Turismo_en_Colombia_resultados_del_sector_2007-2010