



**Cita bibliográfica:** Corzo Arévalo, D. (2020). La gestión de departamentos y destinos turísticos de Colombia según el Índice de Competitividad Turística Regional. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4 (2), 158-177. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.13010>

## La gestión de departamentos y destinos turísticos de Colombia según el Índice de Competitividad Turística Regional (ICTRC)

### *Tourist departments and destinations of Colombia according to the Regional Tourist Competitiveness Index (ICTRC)*

Daniel Corzo Arévalo <sup>1\*</sup>

Sebastián García Méndez<sup>2</sup>

#### Resumen

El boom turístico de las últimas décadas ha motivado a los gobiernos a enfocarse en impulsar la competitividad turística de sus países y destinos, como un catalizador del desarrollo humano. La presente investigación realiza un análisis comparativo de las diversas variables del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) desarrollado por el Centro de Pensamiento Turístico (CPTUR), inherentes a la dimensión de Gestión del Destino en 22 territorios de Colombia. Se aplicó el método del análisis de componentes principales para medir la correlación entre 18 variables seleccionadas del ICTRC, que dan cuenta de la gestión de destinos en Colombia. Se identificó que, para mejorar la competitividad turística de los destinos en Colombia, los focos principales deben orientarse hacia la información turística, los eventos terroristas, los niveles de presupuestales, el retorno a la contribución parafiscal y la inclusión del turismo en los planes de desarrollo. Se recomienda que las entidades gubernamentales formulen, implementen y validen procesos a nivel macro y micro en los constructos referidos, con el fin de impactar considerablemente la competitividad turística de los destinos.

**Palabras clave:** Competitividad turística; destinos turísticos; análisis de componentes principales; Colombia.

#### Abstract

In recent decades, the tourism boom has motivated governments to focus on boosting the tourism competitiveness of their countries and destinations, as a catalyst for human development. This research

<sup>1</sup> Docente investigador Grupo de investigación GECAC, Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo - UNICIENCIA. Bucaramanga, Colombia. E-mail: [dcorzoarevalo@unicienciabga.edu.co](mailto:dcorzoarevalo@unicienciabga.edu.co) Id orcid: <http://orcid.org/0000-0001-6017-8028> \* Autor para la correspondencia

<sup>2</sup> Docente investigador Grupo de investigación SINERGIA, Universidad de Investigación y Desarrollo. Bucaramanga, Colombia. E-mail: [sgarcia15@udi.edu.co](mailto:sgarcia15@udi.edu.co) Id orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6077-0248>



performs a comparative analysis of the various variables from the Regional Tourism Competitiveness Index of Colombia (ICTRC), developed by the Centre for Tourism Thinking (CPTUR), within the Destination Management dimension in 22 departments of Colombia. The principal components analysis method was applied to measure the correlation between 18 variables selected from the ICTRC, which provide a measurable account of the efficacy of destination management in Colombia. It was identified that, to improve tourist destination competitiveness in Colombia, the main focus should be on tourist information, terrorist events, budget levels, the return to the parafiscal contribution and the inclusion of tourism in development plans. It is recommended that government entities formulate, implement and validate processes at the macro and micro level in the aforementioned constructs, in order to considerably impact tourist destination competitiveness.

**Keywords:** Tourist competitiveness; touristic destinations; principal component analysis; Colombia.

## 1. Introducción

En las últimas décadas, el turismo ha venido ganando protagonismo como un sector esencial en la economía mundial y un catalizador del desarrollo humano a nivel global, permitiendo a los países diversificar su economía y mejorar sus tasas de empleo, ingresos y su balanza de pagos, impulsando con ello la transformación de sus condiciones socioculturales y económicas (Das & Dirienzo, 2009; Das & Dirienzo, 2012; Croes & Kubickova, 2013; Mihalic & Aramberri, 2015; Azzopardi & Nash, 2017; Nazmfar, Eshghei, Alavi & Pourmoradian, 2019; Wang & Liu, 2020).

Este boom ya ha alcanzado nuevos territorios que se han convertido en nuevos destinos turísticos y hoy compiten con los destinos tradicionales (Rodríguez & Pulido, 2020), creando enormes oportunidades para el bienestar de las personas, pero también desafíos y amenazas a las comunidades y el medio ambiente circundante (Hermawati, 2020). El rápido desarrollo del sector promueve no sólo la rivalidad entre competidores, sino también la cooperación, mientras buscan conjuntamente las mejores soluciones a sus problemas (Maráková, Dyr & Wolak-Tuzimek, 2016).

En países en los que el sector del turismo se ha vuelto un motor económico vital, las autoridades gubernamentales han centrado su atención en los factores que podrían darles una ventaja competitiva (Isa, Ariyanto, & Kiumarsi, 2020). Con ello, la competitividad turística no solo se convierte en un indicador importante para evaluar la rentabilidad del sector turístico en un país (Serrano, Montoya & Cazares, 2018), sino en objeto de estudio de diversos investigadores alrededor de todo el mundo, en tal sentido, la presente investigación realiza un análisis comparativo de las diversas variables inherentes a la dimensión de Gestión del Destino en 22 Departamentos de Colombia.

En este contexto, el documento se estructuró de la siguiente forma: en el apartado siguiente se definen los conceptos de competitividad turística, competitividad en destinos turísticos e índice de competitividad turística. En el tercer apartado se expone el método y las diversas variables concernientes a la gestión de destinos de 22 zonas geográficas de Colombia (departamentos) en el periodo 2017-2019. Posteriormente se muestran los resultados del análisis de componentes principales, midiendo la correlación entre 18 variables seleccionadas

del ICTRT, que dan cuenta de la gestión de destinos en Colombia. Finalmente, se presentan las conclusiones obtenidas en el estudio.

## **2. Fundamentación teórica**

### **2.1. Competitividad turística**

En países turísticos desarrollados y menos desarrollados, la competitividad turística es una cuestión clave para los gestores de las políticas públicas dirigidas al desarrollo del turismo (Krstic, Jovanovic, Jankovic-Milic & Stanistic, 2016). Ahora bien, dado que la actividad turística representa tantas oportunidades como amenazas, la estrategia competitiva del sector debe estar alineada con los principios de desarrollo sostenible.

Kubickova & Lee (2018) proponen que la competitividad turística se puede evaluar desde cuatro componentes distintos: (a) capacidad de desplegar recursos (sostenibilidad), (b) experiencias turísticas memorables, (c) rendimiento superior y (d) calidad de vida. Por otro lado, Croes, Ridderstaat & Shapoval (2020) la reducen a dos componentes: satisfacción y productividad. La satisfacción determina está asociada con la capacidad del destino de entregar valor a los turistas a través de experiencias memorables—el punto b de Kubickova & Lee (2018). Mientras tanto, la productividad se relaciona directamente con el desarrollo humano—puntos a, c y d de Kubickova & Lee (2018)—y determina en qué medida se usan eficazmente los recursos, se crea valor en su utilización y se mide su rendimiento. Todos estos autores coinciden en abordar la competitividad turística desde un enfoque de desarrollo humano, promoviendo la utilización de los recursos para proporcionar beneficios económicos, sociales y ambientales que superen sus costos correspondientes.

En términos conceptuales puede hacerse alusión en el marco de la posibilidad de prestar servicios turísticos con ingresos superiores a la competencia, basado en diversas ventajas competitivas que le brindan un valor diferenciado (Wan, Yan, Wang, Liu, Wang & Wang, 2019). Esta capacidad puede, a su vez, entenderse desde tres niveles: (1) el nivel del país (competitividad de la producción turística), (2) el nivel del destino o (3) el nivel de la empresa turística (Benavides & Venegas, 2020).

Si bien es necesario contar con una mejor oferta turística para incrementar la competitividad, ésta no puede reducirse a medir y comparar los flujos turísticos que alcanzan los entes receptores (Zuñiga & Castillo, 2012), puesto que se debe brindar especial relevancia a la capacidad de sostener e incrementar el posicionamiento en mercados externos, y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población. En esta línea, las premisas orientadoras se enmarcan en la eficiencia macroeconómico, las políticas gubernamentales y el atractivo para los inversionistas en términos de empleo y crecimiento económico local (González & Mendieta, 2009).

Por otro lado, la competitividad turística a nivel empresarial relaciona el posicionamiento en los mercados, los beneficios y la expansión de operaciones (Perles, Ramón y Sevilla, 2014). Esta capacidad depende de cinco fuerzas competitivas, las refieren los clientes, los proveedores, los nuevos entrantes, los productos o servicios sustitutos y la competencia del sector. (Porter, 1985).

## **2.2. La competitividad de los destinos turísticos**

El destino es el territorio en el que confluyen elementos y recursos físicos que constituyen atractivos turísticos, como las montañas, los hoteles, las edificaciones y la tecnología, que se combinan con los procesos de planeación, gestión e imagen, para dar lugar a productos turísticos determinados que conforman la experiencia de la visita (Corzo, 2013). De igual manera, el gasto turístico, la macroeconomía, la gobernabilidad, las políticas y los hechos internacionales que generan atracción o aversión al destino. En el caso del turismo, la oferta no puede desligarse de la ubicación y contexto geográfico donde se encuentra.

La concepción más básica de competitividad propone que un destino turístico es competitivo si su crecimiento económico y el desarrollo de sus recursos pueden asociarse con un aumento del flujo y gasto turístico, que permiten comparar las posiciones relativas de los diversos destinos (Dogru, Suess & Sirakaya-Turk, 2020; Mustafa, Omar & Mukhiar, 2020). Es decir, la competitividad de un destino turístico puede medirse en términos de su efectividad para atraer y satisfacer a los visitantes a través de la calidad y las características de la experiencia turística (Brandão, Joia & do Canto Cavalheiro, 2019; Benavides & Venegas, 2020). La lógica que subyace tras esta visión de la competitividad de destinos turísticos es que un destino es más competitivo cuando atrae a más visitantes, que gastan más dinero en el destino, lo que lleva a un aumento del PIB y crecimiento económico, que a su vez se traducen en un mayor bienestar de la población local (Webster & Ivanov, 2014).

En este contexto, Hong (2009) define la competitividad turística en términos de crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas transversales, es decir, contemplando los diferentes bienes y servicios, contemplando la satisfacción de los turistas, generando los recursos de un destino y le ayudan a mantener una posición de ventaja en el mercado, en relación con otros destinos. Cabe mencionar que, si bien la disponibilidad de recursos puede impulsar la competitividad del destino y colocarlo en una posición diferenciada en el mercado, los recursos aportan poco si no se gestionan adecuadamente para transformarlos en productos turísticos (Andrades & Dimanche, 2017).

Desde el enfoque de desarrollo sostenible, esta dimensión económica y objetiva sólo es una parte de la figura, que se complementa con una dimensión no económica y subjetiva (Knežević, Dwyer, Koman & Mihalič, 2016). Bajo esta perspectiva más holística, se puede decir que la competitividad de un destino turístico está relacionada con su capacidad para conseguir un diverso grupo de objetivos—algunos asociados con la demanda, junto con otros más amplios, los cuales vinculan aspectos de la economía, la sociedad y el medioambiente (Perles, Ramón y Sevilla, 2014). En años recientes, la competitividad ha venido incorporando los componentes legales, siendo estos promotores a priori de productividad, cadenas de valor y *clusters*. Actualmente, se reconoce que la competitividad de un destino turístico depende de las sinergias de un conjunto de factores, tales como organizaciones, infraestructura, recursos humanos, entorno e institucionalidad (Acerenza, 2009).

### **2.3. Índice de Competitividad Turística**

Dada la subjetividad de la competitividad turística, la multiplicidad de variables que intervienen en su evaluación y la dificultad de dibujar los límites entre un destino y su entorno, resulta difícil formular medidas reales de competitividad basadas en datos cuantitativos o cualitativos (Crouch, 2011; Garcés, Sarmiento & Paneca 2018). Aunque existen abundantes fuentes de datos, como el flujo de visitantes, ingresos turísticos, pernoctaciones, etc., no hay consenso en determinar qué variables son medidas apropiadas de la competitividad, pues muchas de ellas reflejan, a lo sumo, el volumen de la demanda turística (Perles, 2016). Inclusive, se ha visto que los estudios que utilizan la cuota de mercado como indicador de competitividad turística, que en una época alcanzaron gran popularidad, pueden orientar el enfoque de las políticas de crecimiento a maximizar esta variable, comprometiendo la sostenibilidad económico-ambiental de los destinos que cuentan con recursos limitados.

Aun así, se ha desarrollado una diversidad de modelos para medir la competitividad de un destino, tales como el postulado por Porter, integrando elementos económicos e industriales, el formulado por el Instituto Alemán; el modelo de Crouch y Ritchie; el referido por Dwyer y Kim; el vinculable a Heath; e índices propuestos por el Foro Económico Mundial (FEM) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Corzo, 2013).

Entre los modelos académicos, el modelo de Ritchie y Crouch (2010) es uno de los más difundidos para medir la competitividad y la sostenibilidad de los destinos en la literatura. Se compone de siete elementos: el entorno global (macro); el entorno competitivo (micro); los recursos básicos y los atractivos; factores y recursos de apoyo; política, planificación y desarrollo de los destinos; gestión del destino; calificación y amplificación de los factores determinantes (Kolosinska, Petrashchak, Kolosinskyi & Katana, 2018). Así también, Gooroochurn & Sugiyarto (2004) propusieron un modelo para evaluar la competitividad de los destinos turísticos, basado en ocho factores: (1) precios; (2) apertura económica; (3) tecnología; (4) estructura; (5) desarrollo humano en el ámbito del turismo; (6) desarrollo social; (7) medio ambiente y (8) recursos humanos.

El Foro Económico Mundial es la entidad que aporta algunos de los índices más reconocidos a nivel global para medir la competitividad. Entre ellos, el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI) del Foro Económico Mundial (FEM) es el más común para medir la competitividad del turismo (Rodríguez & Pulido, 2020a). El TTCI se publica anualmente en el Global Competitiveness Report, un compendio de los indicadores de competitividad económica de 139 países elaborado por el FEM (Rodríguez & Pulido, 2020). Más que un modelo de competitividad turística, el TTCI es una herramienta de benchmarking que se utiliza en la formulación de políticas y estrategias enfocadas en promover la sustentabilidad de un destino a largo plazo (Ortiz, Robles & Guzmá, 2018).

Basándose en el TTCI del FEM, la Universidad Autónoma de Madrid propuso un modelo cuantitativo objetivo de competitividad de los países como destinos turísticos (Rodríguez, Alonso & Celerin, 2016), el cual integra diversa información analizada bajo criterios estadísticos provenientes actores públicos y privados, siendo aplicado por primera vez en la Unión Europea.

En Colombia específicamente, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo publicó en 2008 el Sistema de Indicadores de Competitividad para el sector turístico (MINCIT, 2008). Esta guía aportó una batería de indicadores que fueron aplicados por varias regiones durante los años posteriores, pero no sirvió como referente de análisis estadístico ya que pocos destinos lo aplicaron—los resultados pierden sentido si no se comparan relativamente con los resultados del mismo sistema aplicado en otras regiones (Varela & Olarte, 2018). Desde 2016, el Centro de Pensamiento Turístico, instancia de investigación creada por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), en asociación con la Fundación Universitaria Cafam, vienen publicando el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) de todos los departamentos del país, dando respuesta al problema de su limitada aplicación y facilitando su aprovechamiento por parte de los gestores públicos, la academia y la sociedad en general (CPTUR, 2016).

### 3. Metodología

El estudio se estructuró bajo un enfoque cuantitativo y tuvo un diseño no experimental de corte transversal, en tal sentido, es de tipo correlacional, ya que el interés se centra en conocer la relación que existe entre dos o más conceptos, particularmente variables de la dimensión de la competitividad turística orientada a la Gestión del Destino (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

La población y muestra de la presente investigación fueron 22 zonas geográficas (Departamentos) objeto de estudio en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) desarrollado por el Centro de Pensamiento Turístico – Colombia en el plano temporal 2017 - 2019, los cuales se presentan la siguiente Tabla.

**Tabla 1.** Zonas geográficas objeto de estudio

Antioquia	Caquetá	Huila	Risaralda
Atlántico	Casanare	Magdalena	Santander
Bogotá D.C.	Cauca	Meta	Tolima
Bolívar	Cesar	Nariño	Valle del Cauca
Boyacá	Córdoba	Norte de Santander	
Caldas	Cundinamarca	Quindío	

**Fuente:** Elaboración propia

El procesamiento de la información se realizó por medio del análisis descriptivo, correlacional y de componentes principales, siendo esta última una técnica multivariante para la reducción de datos (Pérez et al, 2009) y propender una mejor interpretación (Peña, 2002). En esta línea, los indicadores objeto de estudio se presentan en la siguiente Tabla 2.

**Tabla 2.** Data objeto de estudio

NOMBRE DE LA VARIABLE	CODIFICACIÓN
Destinos certificados en sostenibilidad	GES1
Planes de desarrollo turístico	GES4
Turismo en los planes de desarrollo	GES5
Contribución parafiscal	GES9
Financiamiento de proyecto	GES10
Presupuesto de inversión destinado al turismo	GES15
Oficinas especializadas en gestión turística	GES19
Producción de información estadística de viajes y turismo	GES29
Seguridad de empresas turísticas	GES32
Eventos terroristas	GES33
Homicidios	GES34
Disponibilidad policial	GES36
Disponibilidad policía de turismo	GES37
Puntos de información turística	GES38
Accidentalidad vial	GES40
Retorno a la contribución parafiscal	GES43
Presupuesto regionalizado para el turismo	GES44
Delitos cometidos contra turistas	GES45

**Fuente:** Elaboración propia

## 4. Resultados y Discusión

### 4.1. Análisis descriptivo

Los estadísticos descriptivos del presente estudio se centran en el análisis comparativo de las diversas variables inherentes a la dimensión de Gestión del Destino del Índice de Competitividad Turística Regional desarrollado por el Centro de Pensamiento Turístico - Colombia en el periodo temporal 2017 – 2019, en tal sentido, se tuvieron presentes las zonas geográficas estudiadas en las tres versiones, con el propósito de generar un idóneo análisis.

La Tabla 3 relaciona la media de los constructos y el porcentaje de zonas geográficas con puntuaciones iguales o superiores a la métrica descrita, así mismo, es válido mencionar que a nivel macro se constituyen 3 conglomerados planteados por el ente emisor, contemplando como base de inclusión o exclusión el aporte del PIB, siendo esto alineado a lo postulado por Romão (2020) en torno al arraigo del turismo en los territorios y Cavalheiro et al. (2020) referente a elementos vinculables a la planificación.

**Tabla 3.** Estadísticos descriptivos Gestión del destino. Periodo 2017 – 2019

Variable	2017		2018		2019	
	Media	%N sobre la media	Media	%N sobre la media	Media	%N sobre la media
<b>GES1</b>	2,0564	27%	2,5382	32%	3,0659	41%
<b>GES4</b>	6,2600	68%	6,6327	73%	7,2427	64%
<b>GES5</b>	7,0427	41%	5,5350	50%	8,2727	86%
<b>GES9</b>	3,2045	32%	4,6064	36%	3,7577	32%
<b>GES10</b>	2,1850	45%	6,1605	50%	5,8282	45%
<b>GES15</b>	2,6600	32%	1,8473	36%	1,0277	23%
<b>GES19</b>	6,3636	64%	9,5455	95%	9,1009	91%
<b>GES29</b>	2,2727	23%	4,0909	41%	5,9091	59%
<b>GES32</b>	6,3064	73%	3,8136	55%	4,8032	45%
<b>GES33</b>	6,3341	41%	6,8773	55%	6,3136	50%
<b>GES34</b>	4,7282	55%	3,6041	50%	4,1186	55%
<b>GES36</b>	4,6182	59%	2,4673	50%	2,9614	41%
<b>GES37</b>	3,9241	41%	3,8005	45%	1,4327	45%
<b>GES38</b>	5,6327	50%	5,8595	45%	5,3932	50%
<b>GES40</b>	3,9759	59%	2,8964	59%	3,0091	50%
<b>GES43</b>	2,5500	45%	5,1777	59%	3,1668	59%
<b>GES44</b>	5,1118	41%	4,4268	50%	4,2627	50%
<b>GES45</b>	7,3968	64%	7,0273	59%	6,8095	68%

**Fuente:** Elaboración propia

Los resultados permiten observar un positivo avance en las variables inherentes a la Gestión del Destino en el plano temporal 2017 – 2018, particularmente, en lo referente a la sostenibilidad, los planes de desarrollo, los parafiscales, la financiación de proyectos, la producción de información, los eventos terroristas, la disponibilidad de policía del turismo y las oficinas especializadas en la gestión turística, siendo esta última la más representativa con una variación neta cercana al 30%, por consiguiente, se infiere la importancia de la profesionalización del sector económico, promovida en gran medida por personal con directa influencia en las zonas geográficas, lo cual propende la mejora en la calidad de vida de los habitantes (Salinas Fernández et al., 2020), así mismo, visiona un enfoque a largo plazo, tal como lo precisa (Budeanu, 2005), no obstante, se identificaron falencias en la seguridad de las empresas turísticas, lo cual afecta notablemente la probabilidad de revisita, teniendo presente características de imagen (Lee et al., 2014) y emociones (Wirtz & Bateson, 1999).

En relación al plano temporal 2018 – 2019, se pudo denotar un comportamiento en gran medida estable en las diversas variables, puesto que solo se mejoró el 33,33% de las mismas, a saber, sostenibilidad, planes de desarrollo, producción de información, homicidios, puntos de información turística y delitos cometidos contra los turistas, en tal sentido, se observa que los componentes de índole legal – gubernamental fueron considerados como los focos más representativos (Bălan et al., 2009), lo cual es congruente, teniendo en cuenta la formulación

prevista por las autoridades departamentales, sin embargo, se observa que lo referente a los rubros presupuestales fueron un obstáculo relevante, afectando notablemente la competitividad del destino (Das & DiRienzo, 2009)

#### 4.2. Análisis correlacional

El análisis correlacional en el marco del desarrollo de la presente investigación tuvo como eje orientador identificar cuantitativamente la relación entre las variables inherentes a la Gestión del Destino en el plano temporal objeto de estudio, del Índice de Competitividad Turística Regional, en tal sentido, en primer lugar, se realizó la prueba de normalidad, particularmente la referente a Kolmogorov – Smirnov, teniendo presente la cantidad de los datos, cuyos resultados se presentan en la Tabla No. 4. Los resultados permiten observar que algunas de las variables tienen un comportamiento acorde a la distribución normal, y por el contrario otras no reflejan tal orientación, siendo esto analizable por medio del p – valor  $> 0,05$ , por consiguiente, se tuvieron presentes los conceptos de correlación de Pearson y Spearman, los cuales se presentan en la Tabla 4.

**Tabla 4.** Prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
<b>GES1</b>	0,412	65	0,000
<b>GES4</b>	0,240	65	0,000
<b>GES5</b>	0,135	65	0,005
<b>GES9</b>	0,120	65	0,022
<b>GES10</b>	0,087	65	,200*
<b>GES15</b>	0,261	65	0,000
<b>GES19</b>	0,510	65	0,000
<b>GES29</b>	0,383	65	0,000
<b>GES32</b>	0,083	65	,200*
<b>GES33</b>	0,229	65	0,000
<b>GES34</b>	0,084	65	,200*
<b>GES36</b>	0,096	65	,200*
<b>GES37</b>	0,128	65	0,010
<b>GES38</b>	0,109	65	0,052
<b>GES40</b>	0,082	65	,200*
<b>GES43</b>	0,216	65	0,000
<b>GES44</b>	0,130	65	0,009
<b>GES45</b>	0,176	65	0,000

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5.** Correlación de variables: Gestión del Destino

	GE S1	GE S4	GE S5	GE S9	GE S10	GE S15	GE S19	GE S29	GE S32	GE S33	GE S34	GE S36	GE S37	GE S38	GE S40	GE S43	GE S44	GE S45
GE S1	1,0																	
GE S4	0,2	1,0																
GE S5	0,1	0,2	1,0															
GE S9	0,3	0,2	0,0	1,0														
GE S10	0,3	0,3	0,1	0,6	1,0													
GE S15	0,0	0,0	-0,1	0,2	0,0	1,0												
GE S19	0,2	0,2	0,0	0,3	0,3	0,0	1,0											
GE S29	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4	-0,3	0,1	1,0										
GE S32	-0,3	-0,2	0,0	-0,5	-0,5	0,1	-0,3	-0,4	1,0									
GE S33	-0,1	0,2	-0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	-0,3	0,0	1,0								
GE S34	0,0	-0,2	-0,1	-0,1	-0,2	0,1	-0,1	0,1	0,1	0,2	1,0							
GE S36	-0,1	-0,2	0,1	-0,6	-0,4	0,2	-0,4	-0,1	0,5	0,0	0,0	1,0						
GE S37	0,1	-0,1	-0,4	-0,1	-0,2	0,1	-0,2	0,0	-0,1	0,3	0,3	0,3	1,0					
GE S38	0,4	0,3	-0,1	0,5	0,4	0,1	0,2	0,2	-0,5	0,2	0,2	-0,5	0,2	1,0				
GE S40	-0,2	-0,3	-0,1	-0,7	-0,5	0,0	-0,5	-0,4	0,6	0,0	0,2	0,6	0,1	-0,6	1,0			
GE S43	-0,2	0,0	-0,2	-0,1	0,4	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,1	-0,3	0,0	0,1	-0,2	0,1	1,0		
GE S44	0,3	0,0	0,1	-0,1	0,0	-0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2	0,4	0,1	0,1	0,2	1,0	
GE S45	-0,5	-0,3	-0,2	-0,4	-0,4	-0,1	-0,2	-0,3	0,4	0,2	0,1	0,2	0,0	-0,4	0,4	0,1	-0,2	1,0

\*Los valores sombreados hacen referencia a relaciones significativas

**Fuente:** Elaboración propia

La Tabla 5 nos indica que existen una considerable cantidad de relaciones moderadas fuertes o débiles (Martínez et al., 2009) entre las variables vinculadas a la Gestión del Destino, particularmente, se destaca lo referente contribución parafiscal – financiamiento de proyectos (0,6), accidentalidad vial – seguridad de empresas turísticas (0,6), accidentalidad vial – disponibilidad policial (0,6), disponibilidad policial – seguridad de empresas turísticas (0,5), contribución parafiscal – puntos de información turística (0,5), entre otros, lo cual permite validar la importancia de los canales de comunicación en el desarrollo competitivo de una zona geográfica, tal como lo mencionaba Doolin et al., (2002) en torno a la creación de experiencias y fomento de la imagen del territorio, así mismo, la relevancia de la seguridad en el periodo de estancia (Andrades & Dimanche, 2017).

Por otro lado, lo inherente a accidentalidad vial – contribución parafiscal (-0,7), puntos de información turística – accidentalidad vial (-0,6), disponibilidad policial – contribución parafiscal (-0,6), seguridad de empresas turísticas – contribución parafiscal (-0,5), seguridad de empresas turísticas – financiamiento de proyectos (-0,5), disponibilidad policial – puntos de información turística (-0,5), accidentalidad vial – financiamiento de proyectos (-0,5),

accidentalidad vial – oficinas especializadas en gestión turística (-0,5), entre otros, siendo esto vinculable a lo expuesto por Isa *et al.* (2020) en constructos de intenciones de revisita.

### 4.3. Análisis de componentes principales

La tercera fase de la investigación presenta un análisis factorial de las variables objeto de estudio, con el fin de proponer una serie de dimensiones para la Gestión del Destino, siendo posible por medio de un conjunto de datos de constructos sin correlación lineal, las cuales se denominan componentes principales (Campos *et al.*, 2020; Jolliffe, 2005), en tal sentido, se aplicó el test KMO obteniendo un indicador de 0,6 y la prueba de esfericidad de Barlett con un grado de significancia de 0.000, lo cual confirma que es factible continuar con el análisis factorial.

En este contexto, la Tabla 6. presenta los autovalores, contemplando la generación de 6 componentes principales, los cuales explican cerca del 70% de la varianza.

**Tabla 6.** Varianza total explicada: Componentes principales

Varianza total explicada									
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,6	25,4	25,4	4,6	25,4	25,4	3,8	21,0	21,0
2	2,1	11,5	36,8	2,1	11,5	36,8	2,1	11,8	32,7
3	1,7	9,5	46,3	1,7	9,5	46,3	2,0	11,1	43,8
4	1,6	8,8	55,1	1,6	8,8	55,1	1,6	8,9	52,7
5	1,4	7,8	62,9	1,4	7,8	62,9	1,5	8,4	61,1
6	1,2	6,6	69,5	1,2	6,6	69,5	1,5	8,3	69,5
7	0,9	5,3	74,7						
8	0,8	4,5	79,2						
9	0,7	3,9	83,1						
10	0,7	3,7	86,8						
11	0,5	2,9	89,7						
12	0,4	2,5	92,1						
13	0,4	2,2	94,4						
14	0,3	1,9	96,3						
15	0,3	1,6	97,8						
16	0,2	1,0	98,8						
17	0,1	0,7	99,5						
18	0,1	0,5	100,0						

Fuente: Elaboración propia

Complementariamente, la Tabla 7 presenta la matriz de componente rotado, cuyos resultados son los siguientes:

- ✓ **Componente 1:** La dimensión se encuentra conformada por el financiamiento de proyectos, las oficinas especializadas en gestión turística, la producción de información estadística de viajes y turismo, y los puntos de información turística, siendo este último constructo el más representativo.
- ✓ **Componente 2:** La dimensión se compone por la seguridad de empresas turísticas, la accidentalidad vial, los delitos cometidos contra turistas y los eventos terroristas, siendo este último constructo el más representativo.
- ✓ **Componente 3:** La dimensión contempla los destinos certificados en sostenibilidad, los homicidios, la disponibilidad policial, la disponibilidad de policía de turismo y el presupuesto regionalizado para el turismo, siendo este último constructo el más representativo.
- ✓ **Componente 4:** La dimensión contempla exclusivamente lo referente al retorno a la contribución parafiscal.
- ✓ **Componente 5:** La dimensión integra los planes de desarrollo turístico y el turismo en los planes de desarrollo, siendo este último constructo el más representativo.
- ✓ **Componente 6:** La dimensión estudia la contribución parafiscal y el presupuesto de inversión destinado al turismo, siendo este último constructo el más representativo.

**Tabla 7.** Matriz de componente rotado

	Componente					
	1	2	3	4	5	6
GES1	0,246	-0,422	0,468	-0,131	0,284	0,189
GES4	0,272	0,084	0,265	0,141	0,474	0,341
GES5	-0,104	-0,108	-0,062	-0,035	<b>0,820</b>	-0,079
GES9	0,500	-0,309	-0,191	-0,156	0,077	0,556
GES10	0,519	-0,411	-0,009	0,431	0,055	0,423
GES15	-0,259	0,269	0,008	-0,030	-0,042	<b>0,765</b>
GES19	0,688	0,211	-0,024	0,085	0,097	-0,134
GES29	0,189	-0,758	0,039	-0,051	-0,008	-0,071
GES32	-0,691	0,353	-0,174	-0,071	0,098	-0,087
GES33	0,173	<b>0,681</b>	0,286	-0,125	-0,009	0,229
GES34	-0,043	-0,011	0,179	-0,683	-0,299	-0,005
GES36	-0,826	0,088	0,266	0,028	0,064	0,046
GES37	-0,121	0,012	0,787	-0,168	-0,372	0,133
GES38	<b>0,698</b>	-0,119	0,269	-0,272	0,008	0,263
GES40	-0,872	0,136	-0,029	-0,046	-0,103	0,063
GES43	-0,052	0,016	0,164	<b>0,846</b>	-0,281	-0,079
GES44	-0,020	0,067	<b>0,797</b>	0,147	0,199	-0,200
GES45	-0,282	0,576	-0,298	0,093	-0,387	-0,215

Fuente: Elaboración propia

## 5. Conclusiones

El boom que ha vivido el sector turístico en las últimas décadas ha motivado a las autoridades gubernamentales a enfocarse en los factores que podrían dar a sus países y territorios una ventaja competitiva. Con ello, la competitividad turística se convierte en una cuestión clave para el desarrollo del turismo.

La competitividad turística puede entenderse desde tres niveles: (1) el nivel del país (competitividad de la producción turística), (2) el nivel del destino o (3) el nivel de la empresa turística. Desde un enfoque de desarrollo sostenible, la competitividad de un país o un destino turístico está relacionada con su capacidad para conseguir dos tipos de objetivos: satisfacción y productividad. La satisfacción es la capacidad del destino de entregar valor a los turistas, mientras que la productividad se relaciona directamente con el desarrollo humano y determina en qué medida se usan eficazmente los recursos.

La subjetividad, la multiplicidad de variables que intervienen en su evaluación y la dificultad de dibujar los límites entre un destino y su entorno dificultan la formulación de medidas reales de competitividad turística. Aun así, se ha desarrollado una diversidad de modelos para medir la competitividad de un destino. Entre los modelos académicos de competitividad turística resalta el de Ritchie y Crouch (2010), que se compone de siete elementos: el entorno global (macro); el entorno competitivo (micro); los recursos básicos y los atractivos; factores y recursos de apoyo; política, planificación y desarrollo de los destinos; gestión del destino; calificación y amplificación de los factores determinantes. Otro modelo muy difundido es el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI), elaborado por el FEM. Sin embargo, este índice es una herramienta de benchmarking para la formulación de políticas y estrategias para la sustentabilidad turística, más que una medida real de la competitividad turística.

En el caso de Colombia, Cotelco y la Fundación Universitaria Cafam publican el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) para todos los departamentos del país. El ICTRC ha permitido aplicar un sistema único de medición de la competitividad turística en todo el país, para el beneficio de los gestores públicos, la academia y la sociedad en general (CPTUR, 2016).

La competitividad turística es un constructo ampliamente polisémico, el cual ha sido objeto de estudio por diversos investigadores alrededor de todo el mundo, en tal sentido, la presente investigación indaga exclusivamente la variable concerniente a la gestión del destino en el plano temporal 2017 – 2019, teniendo presente los resultados del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) desarrollado por el Centro de Pensamiento Turístico, permitiendo identificar positivos avances en torno al turismo en los planes de desarrollo y oficinas especializadas en gestión turística, lo cual en gran medida se alinea con lo expuesto por Rodríguez-Díaz & Pulido-Fernández (2020) frente a la relevancia de la actividad económica en la sociedad actual.

Las variables inherentemente vinculadas a la Gestión del Destino presentan niveles de correlación representativos, sean moderadamente fuertes o débiles (Martínez et al., 2009), lo cual permite afirmar que la presencia al alza o a la baja de un determinado indicador posibilita elementos a favor o en contra de otro, en otros términos, las zonas geográficas generadoras de ofertas turísticas no deben analizar aisladamente los diversos constructos, debido a que el turista reconoce un determinado sistema, y el correcto desarrollo del mismo permitirá en gran medida un voz a voz positivo y a gran escala tasas representativas de revisita y mejora en la calidad de vida los habitantes (Salinas Fernández et al., 2020).

El análisis de componentes principales permitió identificar que los focos principales de operación en torno a la gestión del destino se orientan hacia la información turística, los eventos terroristas, los niveles de presupuestales, el retorno a la contribución parafiscal y la inclusión del turismo en los planes de desarrollo. Por consiguiente, se infiere que las entidades gubernamentales deberán formular, implementar y validar procesos a nivel macro y micro en los constructos referidos, con el fin de impactar considerablemente la competitividad en las zonas geográficas.

Las futuras de líneas de investigación referentes al presente estudio consideran aplicar análisis paralelos a muestras más grandes de zonas geográficas, con el propósito de contrastar las conclusiones formuladas, así mismo, considerar diferentes variables vinculables a la competitividad turística, en el marco de consolidar una serie de sugerencias válidas para los entes gubernamentales.

## 6. Referencias

- Acerenza, M.A. (2009): *Competitividad de los Destinos Turísticos*. México: Trillas.
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360–376. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>
- Azzopardi, E., & Nash, R. (2017). A Review of Crouch and Ritchie's, Heath's, and Dwyer and Kim's Models of Tourism Competitiveness. *Tourism analysis*, 22(2), 247-254. <https://doi.org/10.3727/108354217X14888192562483>
- Bălan, D., Virgil, B., & C, V. (2009). Travel And Tourism Competitiveness Of The World's Top Tourism Destinations: An Exploratory Assessment. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 2(11), 1–43.
- Benavides, G., & Venegas, S. (2020). *Una aproximación a la competitividad, las tendencias y la política pública en el turismo colombiano*. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/9403>
- Brandão, M., Joia, L. A., & do Canto Cavalheiro, G. M. (2019). Towards a Smart Destination

- Development Model: Promoting Environmental, Economic, Socio-Cultural and Political Values. In *Setting Foundations for the Creation of Public Value in Smart Cities* (pp. 137-161). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-98953-2\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-319-98953-2_6)
- Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: A tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*, 13 (2), 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2003.12.024>
- Campos, C. I. de, Pitombo, C. S., Delhomme, P., & Quintanilha, J. A. (2020). Comparative analysis of data reduction techniques for questionnaire validation using self-reported driver behaviors. *Journal of Safety Research*, 73, 133–142. <https://doi.org/10.1016/j.jsr.2020.02.004>
- Cavalheiro, M. B., Joia, L. A., & Cavalheiro, G. M. do C. (2020). Towards a Smart Tourism Destination Development Model: Promoting Environmental, Economic, Socio-cultural and Political Values. *Tourism Planning and Development*, 17(3), 237–259. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1597763>
- Centro de Pensamiento Turístico de Colombia - CPTUR. (2016). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC 2016*. Bogotá. Cotelco- Unicafama
- Corzo, D. (2013). *Valoración del grado de competitividad del sector turístico en la ciudad de Bucaramanga. Aplicación del sistema de indicadores definido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Universidad Autónoma de Bucaramanga. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22349.05605>
- Croes, R., Ridderstaat, J., & Shapoval, V. (2020). Extending tourism competitiveness to human development. *Annals of Tourism Research*, 80, 102825. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102825>
- Croes, R., & Kubickova, M. (2013). From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(3), 146-154. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.07.002>
- Crouch, G.I. (2011). Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes, *Journal of Travel Research*, n.º 50 (1), (2011), pp. 27-45. <https://doi.org/10.1177/0047287510362776>
- Das, J., & DiRienzo, C. E. (2012). Tourism competitiveness and the role of fractionalization. *International Journal of Tourism Research*, 14(3), 285-297. <https://doi.org/10.1002/jtr.866>
- Das, J., & DiRienzo, C. E. (2009). Global tourism competitiveness and freedom of the press: A nonlinear relationship. *Journal of Travel Research*, 47(4), 470–479.

<https://doi.org/10.1177/0047287508326535>

- Dogru, T., Suess, C., & Sirakaya-Turk, E. (2020). Why Do Some Countries Prosper More in Tourism than Others? Global Competitiveness of Tourism Development. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/1096348020911706>
- Doolin, B., Burgess, L., & Cooper, J. (2002). Evaluating the use of the Web for tourism marketing: A case study from New Zealand. *Tourism Management*, 23(5), 557–561. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00014-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00014-6)
- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (23), 111-128. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201>
- Garcés, Y., Sarmiento, Y., & Paneca, Y. (2018). La competitividad turística: su medición y factores determinantes. *Caribeña de Ciencias Sociales*, (junio). En línea: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html>
- Gooroochurn, N., Sugiyarto G., (2004), *Measuring competitiveness*, Discussion Paper, TTRI, Nottingham University Business School. University of Nottingham
- Hermawati, A. (2020). Transglobal leadership approach to sustainable tourism competitiveness at tourism sector-engaged MSMEs through integrated human resource performance and responsible marketing. *International Journal of Tourism Cities*. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0085>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Iztapalapa. México DF: Mc Graw Hill.
- Hong, W. C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current issues in tourism*, 12(2), 105-132. <https://doi.org/10.1080/13683500802596359>
- Isa, S. M., Ariyanto, H. H., & Kiumarsi, S. (2020). The effect of place attachment on visitors' revisit intentions: evidence from Batam. *Tourism Geographies*, 22(1), 51–82. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1618902>
- Jolliffe, I. (2005). Principal Component Analysis. In *Encyclopedia of Statistics in Behavioral Science* (Vol. 3, pp. 1580–1584). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/0470013192.bsa501>
- Krstic, B., Jovanovic, S., Jankovic-Milic, V., & Stanistic, T. (2016). Examination of travel and tourism competitiveness contribution to national economy competitiveness of sub-Saharan Africa countries. *Development Southern Africa*, 33(4), 470-485. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2016.1179103>

- Knežević Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M., & Mihalič, T. (2016). Drivers of destination competitiveness in tourism: a global investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1041-1050. <https://doi.org/10.1177/0047287515617299>
- Kolosinska, M., Petrashchak, O., Kolosinskyi, I., & Katana, A. (2018). Tourism sector in transition economy on example of Ukraine: determinants of competitiveness. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 21 (1), 239–252.
- Kubickova, M., & Lee, S. H. (2018). Cuba today: An overview of tourism competitiveness. *Tourism Planning & Development*, 15(3), 239-259. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1410496>
- Lee, J., Kao, H.-A., & Yang, S. (2014). Service Innovation and Smart Analytics for Industry 4.0 and Big Data Environment. *Procedia CIRP*, 16, 3–8. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.02.001>
- Maráková, V., Dyr, T., & Wolak-Tuzimek, A. (2016). Factors of tourism's competitiveness in European union countries. *Economics and Management*. <https://dspace.tul.cz/handle/15240/18194>
- Martínez, R., Tuya, L., Martínez, M., Pérez, A., & Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlacion de los rangos de spearman caracterizacion. *Revista Habanera de Ciencias Medicas*, 8(2).
- Melián-González, A., García-Falcón, J., M., (2003), Competitive potential of tourism in destinations, *Annals of Tourism Research*, v. 30, n. 3, pp.720-740. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00047-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00047-1)
- Mihalic, T., & Aramberri, J. (2015). Myths of top tourism countries, tourism contribution and competitiveness. *Tourism Review*. Vol. 70 No. 4, pp. 276-288. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2014-0048>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT). (2008). *Sistema de Indicadores de Competitividad para el Turismo Colombiano (versión preliminar)*. Bogotá: MINCIT.
- Mustafa, H., Omar, B., & Mukhiar, S. N. S. (2020). Measuring destination competitiveness: an importance-performance analysis (IPA) of six top island destinations in South East Asia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(3), 223-243. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1687534>
- Nazmfar, H., Eshghei, A., Alavi, S., & Pourmoradian, S. (2019). Analysis of travel and tourism competitiveness index in middle-east countries. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(6), 501-513. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1590428>

- Ortiz, F.I., Robles, V.H. & Guzmá, A. (2018). Análisis teórico de los modelos de competitividad de destinos turísticos. Un acercamiento para la competitividad de los destinos turísticos mexicanos, *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4-3. pp. 195-221.
- Peña, D. (2002): *Análisis de Datos Multivariantes*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U. Aravaca.
- Perles, J., Ramón, A. & Sevilla, M. (2014). La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones. *Cuadernos de Turismo*, pp. 265-285. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/203151>
- Pérez, V. E., Peral, F. J. B., González, M., Casas, F. M. G., Lozano-Oyola, M., García, F. P., & Fernández, R. C. (2009). Evaluación de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos. *Investigación operacional*, 30(1), 40-51. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/92533/1/2016\\_Perles-Ribes\\_Canelobre.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/92533/1/2016_Perles-Ribes_Canelobre.pdf)
- Perles Ribes, J. F. (2016). La competitividad turística: una perspectiva empresarial y territorial. *Revista del Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert*, 66, 205-2015
- Porter, M. E. (1985). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Grupo editorial patria México, CECSA.
- Rodríguez-Díaz, B., & Pulido-Fernández, J. I. (2020). Analysis of the Worth of the Weights in a new Travel and Tourism Competitiveness Index. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287519899982>
- Rodríguez-Díaz, B., & Pulido-Fernández, J. I. (2020a). Sustainability as a key factor in tourism competitiveness: a global analysis. *Sustainability*, 12(1), 51. <https://doi.org/10.3390/su12010051>
- Rodríguez, J. M., Rubi, L., Alonso, M., & Celerin, M. (2016). Aplicación de un modelo cuantitativo objetivo para la medición de la competitividad de los destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (38), 415-430. <https://doi.org/10.6018/turismo.38.271501>
- Romão, J. (2020). Variety, smart specialization and tourism competitiveness. *Applied Sciences (Switzerland)*, 12(14), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su12145765>
- Salinas Fernández, J. A., Serdeira Azevedo, P., Martín Martín, J. M., & Rodríguez Martín, J. A. (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33(October 2018), 100582. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100582>

- Serrano, A. M., Montoya, L. A. R., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99-109.
- Varela, R. V., & Olarte, T. O. (2018). Análisis de la competitividad del sector turístico del área metropolitana de Bucaramanga (Colombia). *Anuario Turismo y Sociedad*, (23), 199-211.
- Wang, X., & Liu, D. (2020). The Coupling Coordination Relationship between Tourism Competitiveness and Economic Growth of Developing Countries. *Sustainability*, 12(6), 2350. <https://doi.org/10.3390/su12062350>
- Wan, J., Yan, J., Wang, X., Liu, Z., Wang, H., & Wang, T. (2019). Spatial-Temporal Pattern and Its Influencing Factors on Urban Tourism Competitiveness in City Agglomerations Across the Guanzhong Plain. *Sustainability*, 11(23), 6743. <https://doi.org/10.3390/su11236743>
- Webster, C., & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?. *Tourism Management*, 40, 137-140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.003>
- Wirtz, J., & Bateson, J. (1999). Consumer satisfaction with services integrating the environment perspective in services marketing. *Journal of Business Research*, 2963(97), 55–66. <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0148296397001781%5Cnpapers3://publication/uuid/09089BAF-45A7-49F2-B3D8-D549D7D62936>
- Zuñiga, A., & Castillo, M. (2012). Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010). *Magazine Empresarial*, 8(15), 67-73. <https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/2269>