

COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN COLOMBIA

Tourism competitiveness in Colombia

Roberto Esquiaqui González

Oswaldo Díaz López

Resumen

En esta investigación se tiene como objetivo hacer un análisis de los elementos de competitividad en el sector del turismo en Colombia para conocer el estado en el que se encuentra al año 2019. Con el fin de identificar las oportunidades que permitan hacer del país un destino turístico de talla mundial y los factores potenciales de mejora que contribuyan en este proceso, se tomaron como referencia **28** publicaciones en el periodo 2016-2020, identificados, consultados y analizados en estudios más recientes de revistas especializadas. La competitividad turística exige a los países y empresas a desarrollar las estrategias que contribuyan al fortalecimiento competitivo, dado que a través de éstas se mejora el desempeño de ellas, aumentando la rentabilidad.

La competitividad se comprende como la relación entre varias entidades, países, etc. para ofrecer el mejor servicio de menor costo y la mayor calidad posible para ser competente. Actualmente, la competitividad de un país está relacionada con su capacidad de producción.

Palabras clave: Competitividad, Turismo, desarrollo, economía

Abstract

The objective of this research is to make an Analysis of the elements of competitiveness in the tourism sector in Colombia to know the state in which it is in 2019, identifying the opportunities that allow making the country a world-class tourist destination and the potential factors for improvement that contribute to this process, taking as a reference 28 publications in the 2016-2020 period, identified, consulted and analyzed in more recent studies of specialized journals. Tourist competitiveness requires countries and companies to develop strategies that contribute to strengthening competitiveness, since through these strategies their performance is improved, increasing profitability.

Competitiveness is understood as the relationship between various entities, countries, etc. to offer the best service at the lowest cost and the highest possible quality to be competent, Currently, the competitiveness of a country is related to its production capacity.

Keywords: Competitiveness, Tourism, development, economy

1. INTRODUCCIÓN

La creciente oferta turística seguida por la evolución de la demanda apunta a cuidar el equilibrio del mercado en los destinos turísticos colombianos que siguen la tendencia mundial de desarrollo y estancamiento, de modo que intentan diversificar sus productos turísticos en busca de rejuvenecimiento, como lo sugiere la teoría de Butler (2008) sobre el ciclo de vida de los destinos turísticos.

“En esta perspectiva, es necesario considerar varios factores, desde la infraestructura básica para apoyar el turismo hasta los servicios especializados que guían su segmento de mercado. Sin embargo, la diversificación de productos y la orientación al mercado no son suficientes para el rejuvenecimiento deseado, es necesario compararlo con destinos que propongan los mismos cambios como una forma de evaluar su desempeño frente a los competidores y su competitividad frente al mercado”. (Butler, 2008)

En el desarrollo de este trabajo, se analizan y evalúan los elementos de competitividad en el sector de turismo en Colombia con el fin de realizar un diagnóstico a 2019. Teniendo en cuenta que el país tiene un potencial significativo en el sector turismo a nivel nacional e internacional por su biodiversidad y la amplitud en la oferta de sitios turísticos con diferentes características, es importante identificar las oportunidades que permitan posicionar al país como un destino turístico reconocido a nivel mundial.

Asimismo, es importante identificar los factores que puedan potenciar y contribuir en este proceso, tomando como base una revisión bibliográfica de publicaciones sobre estudios realizados de la competitividad del turismo en Colombia, con el fin de ayudar en el objetivo de fortalecer las estrategias turísticas que cumplan con estándares internacionales de calidad.

El turismo es una de las industrias más grandes en la economía global y ha sido tanto un impulsor clave como un beneficiario del prolongado período de crecimiento económico visto en los últimos años. También tiene importantes beneficios sociales y culturales debido a su potencial para promover el desarrollo social de las comunidades asociadas al mismo y el beneficio de las relaciones internacionales. La importancia del sector en el mundo se ve reforzada por el aumento del volumen y la complejidad de la oferta y demanda turística que han generado un desarrollo real de la industria del turismo.

En el ámbito empresarial, el crecimiento se ha visto reflejado en el aumento de la demanda y las utilidades que son significativas frente a otros sectores de servicios de la economía mundial, diversificando además en la oferta de un turismo sostenible que contribuya al crecimiento de las comunidades y al cuidado ambiental.

La ventaja económica que representa el turismo a nivel internacional, especialmente, ha llevado a muchos países en desarrollo a aumentar sus esfuerzos para aprovechar sus espacios geográficos y paisajes para posicionarse dentro de la industria turística y posicionar el turismo como una actividad importante dentro de la balanza de pagos de sus economías. El concepto económico de competitividad en turismo se define como la capacidad de enfrentar la competencia en un mercado efectivo y rentable. Por lo tanto, los países han debido adaptar nuevas políticas del turismo que respondan a las necesidades de los turistas cumpliendo estándares internacionales que permitan obtener ventajas competitivas para que los destinos turísticos sean atractivos.

2. MATERIALES Y MÉTODO

La metodología procedimental de la revisión sustenta el desarrollo de fases, definidos como el paso a paso para la recolección final de información. Éstas fueron planteadas de la siguiente manera:

1. Fase de estructuración de la búsqueda: a partir de la base metodológica planteada por el modelo (PRISMA) (Welch, et al, 2013), (Huttona, Catalá & Moher, 2016), para sustentar sistemáticamente los aspectos teóricos referentes a la relación entre la competitividad empresarial y el turismo en Colombia.

2. Fase de búsqueda: se materializó bajo criterios de elegibilidad establecidos según los intereses de la estructura documental. Partiendo de un eje conceptual central, definido como la Competitividad Turística, se generó una búsqueda sistemática que permitiera establecer la relación entre descriptores, así:

Tabla 1

Combinación de descriptores.

Combinación de descriptores	
Combinación 1	Competitividad empresarial –SCOPUS
Combinación 2	Competitividad empresarial (Colombia)–SCOPUS.
Combinación 3	Turismo –SCOPUS
Combinación 4	Turismo (Colombia)–SCOPUS
Combinación 5	Competitividad y Turismo –SCOPUS
Combinación 6	Competitividad y Turismo (Colombia)–SCOPUS

Fuente: Elaboración propia.

3. Fase de filtros y criterios: Como filtros de importancia en la búsqueda, se definieron como válidos los artículos encontrados que cumplieran con la condición de full text available, full text o free full text y que se encontraran escritos en idioma español, inglés o portugués; disponibles para descarga y publicados entre el año 2016 y 2020, lo que define un lapso de 5 años para el estudio de los resultados.

4. Fase de recopilación: comprende las acciones de identificación, cribado y elección.

Se establece una matriz de archivo de Excel para la condensación de los hallazgos, realizando una organización cronológica de los documentos; matriz en la cual se especifican elementos de importancia que componen el texto, y que permitieran un proceso inicial de análisis de la información para el estudio de los resultados, así:

Tabla 2

Criterios de organización de resultados.

Criterios de organización de resultados	
De búsqueda	Nombre del artículo
	Nombre de los autores
	Fecha de publicación
De contenido	Metodología desarrollada
	Resultados
	Instrumentos aplicados
De análisis y referenciación en el texto	Resumen del artículo
	Idioma
	Datos importantes.

Fuente: Elaboración propia.

Para la selección e ingreso de los artículos a la base de datos, se hizo un proceso de filtrado a partir de tres pasos: 1. Lectura y análisis del título del texto con relación al objetivo central de la búsqueda. 2. Lectura del resumen del artículo. 3. Lectura y análisis total del escrito. Cada filtro contó con el debate en función a la pertinencia y relevancia del hallazgo para el estudio.

Cada texto ingresado a la matriz fue almacenado como archivo digital y apareado con otros teniendo en cuenta la proximidad de los argumentos.

El desarrollo del proceso de búsqueda guiado por los criterios de revisión de la información central de la investigación se fundamenta en las fases de revisión sistemática del tema basado en la metodología PRISMA, el cual se esquematiza en una tabla y grafica que se encuentra más adelante, donde se sintetiza el procedimiento utilizado para la selección de los textos científicos que establecen una relación y/o aportan al desarrollo de los conceptos particulares del eje central de la investigación, los cuales se orientan a examinar la competitividad turística en Colombia.

Se encontraron un total de 634 artículos a partir de la combinación de criterios establecidos para la búsqueda los cuales fueron sometidos a un proceso de filtro inicial, que excluyen de este grupo a 600 artículos que no corresponde a Colombia e idioma español dando un total de 34 artículos de estos se determinan 6 artículos que están fuera de contexto; lo que con lleva a un total de 28 archivos que fueron seleccionados en la base de datos.

Posterior a este filtro, se organizan los archivos digitales y se procede de la siguiente manera:

1. Lectura completa en orden de publicación (todos los artículos se encuentran publicado entre 2016 y 2020).
2. Se hace un análisis de la correlación existente entre los conceptos centrales de

la investigación (Competitividad Empresarial y Turismo en Colombia). Adicional también se realizó un filtro con la ecuación competitividad y turismo dando como resultado 2 artículos que ya estaban como resultado de la ecuación turismo.

3. Se escogen los textos a incluir en la revisión.

El filtro final deja como archivos seleccionados un total de 28 trabajos investigativos, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 3

Distribución de artículos por bases de datos.

<i>No</i>	<i>Bases de Datos</i>	<i>Número de artículos seleccionados por base de datos</i>	<i>% de artículos seleccionados por base de datos</i>
1	Scopus	28	100
	Total	28	100

Fuente: Elaboración Propia

El filtro final deja como archivos seleccionados un total de 28 trabajos investigativos, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 4

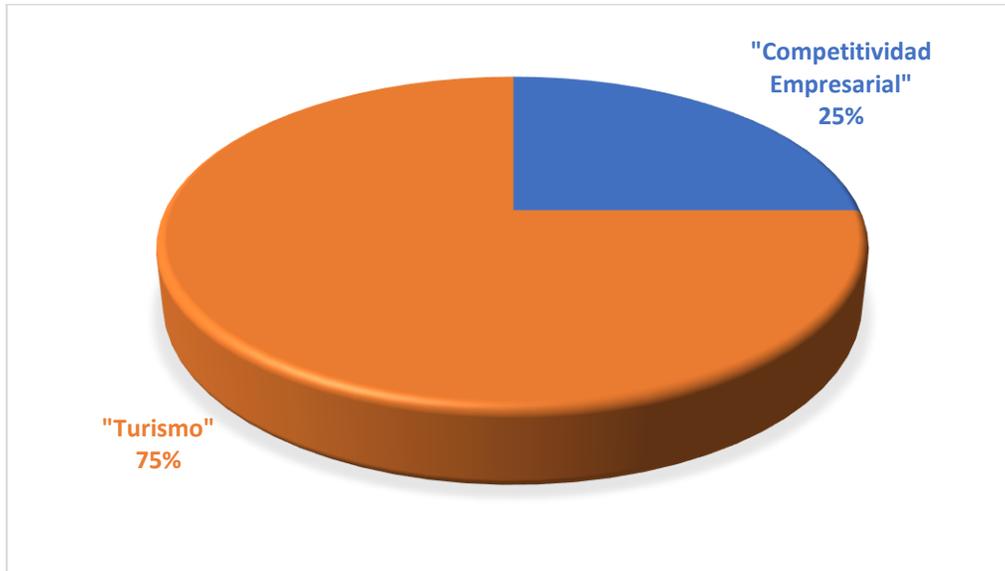
Distribución de ecuación por bases de datos.

<i>No</i>	<i>Bases de Datos</i>	<i>Ecuación</i>	<i>por base de datos</i>	<i>% de artículos seleccionados por ecuación</i>
1	Scopus	"Competitividad Empresarial"	7	25 %
2	Scopus	"Turismo"	21	75 %
	Total		28	100 %

Fuente: Elaboración Propia

Figura 1

Distribución de ecuación por bases de datos.



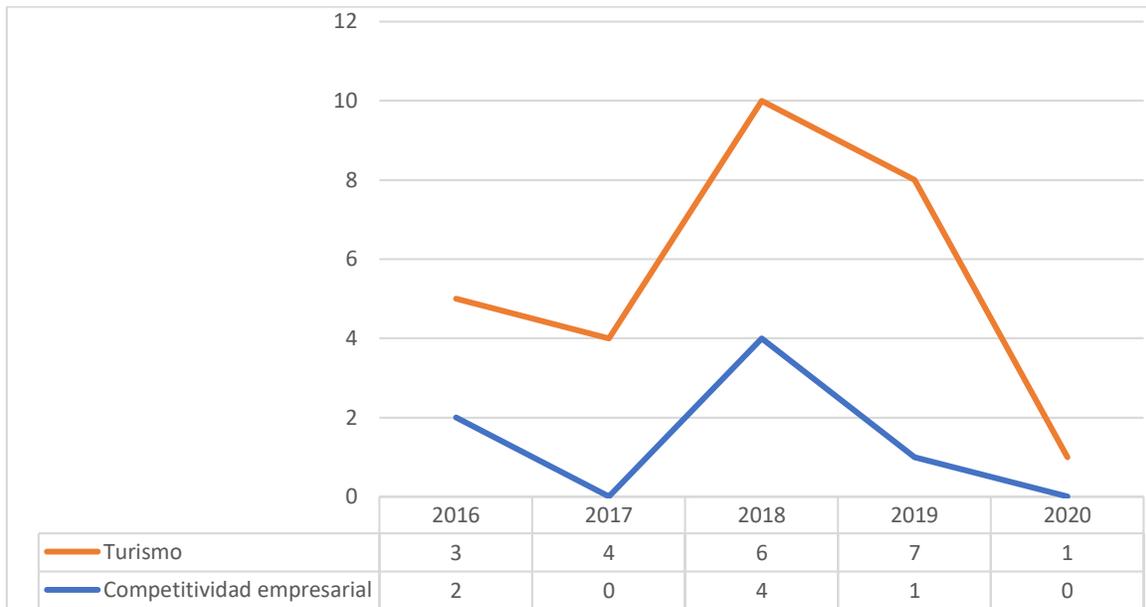
Fuente: Elaboración propia

De los artículos consultados pertenecen a diversas disciplinas, proporcionando una visión multidisciplinar a la temática. Se encontraron tesis originales de revista.

Los estudios incluidos destacan en su mayoría la relación directa de la competitividad en relación al turismo y con ello la influencia hacia la competitividad del turismo en Colombia.

Figura 2

Distribución de artículo por año de publicación.



Fuente. Elaboración Propia

En la figura anterior tenemos la distribución de los artículos por año de publicación y podemos resaltar lo siguiente: En el año 2020 tenemos (1) Este artículo fue publicado a inicio del 2020 y corresponde a la ecuación Turismo, en el 2019 tenemos 8 artículos distribuidos en (7) con ecuación Turismo y (1) con la ecuación Competitividad Empresarial, diferente al año 2017 que tenemos 4 artículos distribuido (4) con la ecuación Turismo, pero en Competitividad Empresarial tenemos (0) y en el año 2016 (3) con ecuación Turismo y (2) con la ecuación Competitividad Empresaria.

3. MARCO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes

El turismo aportó COP 14,1 mil millones a la economía de Colombia en 2015, equivalente al 2,7% del PIB total. Es la mayor exportación de servicios del país y el tercer sector más grande de la economía, detrás del petróleo y el carbón. El turismo sustenta directamente 1.8 millones de empleos, o el 8% del empleo total.

En 2015, Colombia recibió 4,2 millones de turistas internacionales, un aumento del 11,9% con respecto a 2013. Estados Unidos es el principal mercado emisor, seguido de Venezuela, Ecuador, Brasil y Argentina. En 2016 se registraron algo más de 20,1 millones de viajes nacionales, un 6,3% más que en 2013.

Colombia se ha convertido en un país atractivo para la inversión extranjera en turismo. Entre 2011 y 2014, la inversión alcanzó los \$ 2.200 millones para la construcción de 20.557 habitaciones nuevas y 11.355 renovadas. (Dinero, 2018)

Gobierno y financiación del turismo. (MICE, 2019)

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo apoya la gestión del turismo en las regiones y ayuda a mejorar la competitividad y sostenibilidad del turismo en Colombia. La misión del Viceministerio de Turismo es trabajar con las regiones y proveedores para posicionar a Colombia como un destino turístico sostenible conocido por su oferta diversa y multicultural.

Sus funciones son:

- Acordar, implementar y evaluar la política turística y los planes y programas relacionados, en conjunto con las entidades relevantes del sector público y privado, y así mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos y promover el turismo interno y receptor.

- Juzgar sobre denuncias relacionadas con servicios turísticos y otros delitos cubiertos por la legislación turística,
- Coordinar el Registro Nacional de Turismo y la certificación relacionada con la prestación de servicios turísticos,
- Crear y asegurar la implementación del Plan Sectorial Turístico.

El Viceministerio colabora con otras entidades relacionadas con el turismo. En 2013, el Decreto 1837 estableció el Consejo Superior del Turismo como órgano de coordinación entre las autoridades estatales, bajo la dirección del Ministerio. Este Consejo reúne a los ministerios relevantes y busca coordinar los programas y proyectos turísticos que implementan la política turística formulada por el Ministerio. (MINCIT, 2019)

De acuerdo con la Ley General de Turismo (1996), las autoridades regionales y locales son responsables del desarrollo de las actividades turísticas en sus territorios, en el contexto de la política turística nacional. El Ministerio coordina la planificación turística con las autoridades regionales y locales a través de Acuerdos de Competitividad, que identifican las prioridades para el trabajo conjunto durante un período de tres años. (MINCIT, 2019)

El Fondo Nacional de Turismo (Fondo NACIONAL de Turismo - Fontur) es responsable de la captación, gestión y ejecución de los recursos para la infraestructura turística, promoción y competitividad turística. (Fontur, 2018)

La financiación para el desarrollo del turismo proviene de varias fuentes, que incluyen: (Fontur, 2018)

- Recursos fiscales asignados por el Gobierno del Presupuesto General al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para infraestructura turística, promoción y competitividad.
- Contribuciones obligatorias de los proveedores de servicios turísticos para la

promoción y competitividad de los destinos turísticos nacionales,

- Tasas de turismo de los visitantes internacionales que ingresan a Colombia por vía aérea. La tasa impositiva en 2015 es de USD 15 por visitante, y los ingresos se utilizan para aumentar la competitividad y para la promoción.

- Recursos de la gestión de propiedades turísticas por parte del Estado,
- Ingresos por la explotación de marcas relacionadas con el turismo propiedad del Ministerio,

- Recursos de sanciones impuestas a proveedores de servicios turísticos por infracciones legales.

Políticas y programas turísticos

El Plan Nacional de Desarrollo 2014-18 reconoce al turismo como un sector prioritario para la economía nacional y contiene acciones turísticas para apoyar los objetivos económicos.

El Plan Nacional de Turismo 2014-18, Turismo para la construcción de la paz, refleja las aspiraciones incorporadas en el Plan Nacional de Desarrollo y establece el objetivo de posicionar a Colombia como un destino turístico sostenible, reconocido por su oferta diversa y multicultural desplegada en productos y servicios competitivos que empoderen a las regiones en la construcción de la paz. La visión es que para 2018, el sector turístico generará 300 000 nuevos puestos de trabajo y USD 6 000 millones en divisas. (Fontur, 2018)

El Plan Nacional de Turismo 2014-18 propone cuatro grandes estrategias para lograrlo: competitividad para el desarrollo regional, conectividad, promoción y gobernanza. El Plan también incluye tres ejes horizontales: turismo responsable y sostenible, cultura turística y Turismo de Paz.

Las acciones específicas se centran en: (Fontur, 2018)

- Fortalecimiento de destinos de clase mundial: Región de Cartagena, San Andrés y Providencia, Región Santa Marta-Salamanca-Tayrona y Paisaje Cultural Cafetero,
- Promoción de productos turísticos de alto valor: turismo de naturaleza y aventura; Turismo de Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exposiciones; y turismo de salud y bienestar,
- Promoción del turismo interno: Golfo de Morrosquillo, Cluster Melgar-Girardot-Honda y el desarrollo de territorios en Paz (Putumayo, La Macarena, Urabá-Darién y Sierra Nevada de Santa Marta),
- Promoción de productos y destinos turísticos en Colombia a través de la promoción turística nacional e internacional.

Además, se desarrollan estrategias transversales en materia de estándares y seguridad, infraestructura, talento humano, inversión y financiamiento, y fortalecimiento institucional.

El Ministerio ha creado y sigue una Política de Calidad, cuyo principal objetivo es mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos. Busca crear una cultura de excelencia entre los proveedores de servicios turísticos y los destinos como parte de una estrategia más amplia para posicionar a Colombia como un destino distinto, competitivo y sostenible. La sostenibilidad es uno de los principios fundamentales de la Política de Calidad. (MINCIT, 2019)

El turismo está declarado por ley como una actividad de interés nacional y requiere que los proveedores de servicios turísticos estén registrados para operar. Los sectores turísticos también se han estandarizado, con normas para cada sector que incluyen requisitos de

sostenibilidad. Los sectores incluyen: gastronomía, hoteles, agencias de viajes, guías turísticos, tiempo compartido y turismo sostenible. Es obligatorio que los proveedores de servicios turísticos realicen una autoevaluación de conformidad con las normas que se aplican a su sector. Cuando un proveedor o destino turístico cumple con los requisitos de la norma, obtiene un certificado de calidad turística. Solo aquellos proveedores de servicios turísticos en el Registro Nacional de Turismo calificarán para incentivos fiscales y fiscales.

3.2. Definición teórica

El concepto de competitividad ha evolucionado a lo largo de los años, principalmente a partir de trabajos desarrollados en las áreas de economía y administración y se entiende como la capacidad de competir.

3.2.1. Competitividad empresarial

La competitividad ya no es una simple preocupación sobre cómo un destino aumenta su participación en el mercado de visitantes y los beneficios económicos del turismo. En la actualidad, la competitividad se trata más bien de cómo las políticas de turismo pueden llegar a afectar la toma de decisiones de los consumidores en relación con los viajes turísticos para mantener y mejorar el atractivo, el valor agregado y la competitividad de los países de la OCDE como destinos. El aumento global en el número de destinos que compiten por visitantes significa que las cuotas de mercado para algunos destinos disminuirán, aunque el volumen total de turistas continúa aumentando. La competitividad también consiste en atraer y retener los recursos necesarios para el turismo en la economía y generar rentabilidad a partir de estos recursos.

En Colombia las empresas desde las pequeñas o micro hasta las medianas generan el 80.8 % del empleo del país y 81% de estas empresas no tenían relación con los producto o servicio de

las regiones por ese motivo cerraron o liquidaron y el 70% de las cerraron no tenían relación a los sectores estratégicos de talla mundial definidos por el Gobierno Nacional. También resalta que es mínima el valor agregado y la innovación a los productos o servicios, aunque cuenta con mano de obra calificada, productos más eficientes y de mejor calidad, eficiencias del mercado de bienes, laboral financiero y la innovación en los negocios que le da un valor agregado al producto o servicio. (Giraldo, Granados & Acevedo, 2019)

En este sentido el gobierno debe crear estrategia por municipios dependiendo de las vocaciones económicas de esto y buscando una relación directa con los sectores que cumplen con los estándares mundiales para incentivar la producción y los servicios como los turísticos.

Según (Proexport, 2010) en Colombia hay una gran oportunidad de invertir en el sector agrícola gracias a su posición geográfica que beneficia la productividad y su clima tropical. Adicionalmente, este sector no es afectado por fenómenos naturales presentes en otros países, como son los huracanes y tornados, que puedan afectar la producción. En la actualidad, Colombia es el segundo exportador de azúcar refinado y séptimo a nivel mundial y en camaronicultura el litoral caribe tiene (1.700 kilómetros) ofrece la posibilidad de adelantar proyectos que no degraden ecosistemas como manglares y ensenadas, gracias a los tratados de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos en el sector agroindustrial hay en Estados Unidos más de 1.554 empresas que importan frutas y hortalizas y 1.529 importadoras de productos entre estos los derivados del café, flores y aceites (Buitrago Núñez, 2018).

Es relevante, que por estos tratados de libre comercio, Colombia pueda ser reconocida por su capacidad productiva y empresarial a nivel internacional lo que se convierte en un incentivo para la inversión extranjera, aumentando también la posibilidad de invertir en proyectos

Ecoturísticos en sectores que cuentan con condiciones favorables para el desarrollo de la industria turística.

Por ello, la competitividad medida como el grado que produce producto o servicios en condiciones en mercados nacionales o internaciones mejorando los ingresos de sus empleados y en consecuencia la productividad de la empresa. En el caso del departamento de la Guajira la ineficiencia de los servicios públicos, falta de tecnología y apoyo en políticas de gobierno hecho una disminución de las actividades comerciales, pero en el caso del turismo y hotelero muestra tendencia al crecimiento Según los estudios de la universidad del (Rosario 2013), en cuanto a la comercialización de artesanías la guajira es más eficiente en los mercados sobre todo en los físicos porque los virtuales para ellos no son tan importante ya que el cliente llega observa los producto y compra a su gusto manejando un factor de calidad alto que consiste en tener personas etnia wayuu, como personas externa para la elaboración de las artesanías ,control de calidad todo ante de estar disponible al público. no les interesa mucho la parte de innovación porque así le ha funcionado soy muy celosos en este tema y en los tiempos de elaboración son muy relajado y esto puede ocasionar que algún momento se incremente las ventas y ellos no tengan producto para la venta (Meza, Ramírez, & Romero, 2018). Aun con la falta de apoyo gubernamental en algunas regiones como la Guajira por la ineficiencia de servicio público o al escasas de la tecnología este territorio se destaca por la comercialización de las artesanías y el sector turístico y hotelero por este ese motivo es importante el apoyo tanto del gobierno como de empresas privadas para buscar estrategias como capacitaciones o innovaciones de los productos o servicios que fortalezcan y mejores las condiciones turísticas esto a su vez impulsaría la comercialización de artesanías y aumentaría el crecimiento del sector turístico..

La ley 1558 de 2012 del 10 de julio del 2012 el objetivo es el fomento, desarrollar, la promoción y la competitividad del sector y su regulación turística y establece la participación de los sectores público y privado para poder crear alianzas en pro del incremento del turístico de Colombia también de optimizar la calidad tanto del destino como de los servicios turísticos con el fin de aumentar la competitividad tanto nacional e internacional mejorando el bienestar de las personas y aumenta la creación de empleo en este incentivando no solo la inversión nacional si no la extranjera. (Charria, 2016)

¿Cómo incrementar el tejido empresarial turístico?, Esto se realiza fortaleciendo las políticas públicas con el fin de evitar corrupción que tanto golpeado al país también se debe incrementar las construcciones de nuevos sitios turístico como escenarios deportivos, sitios de diversión, descanso y no solo esto, si no promocionarlos a nivel nacional e internacional también por medio de estas políticas buscar aperturas de nuevos mercados orientada a la inversión extranjera y con esto aumentaría el per capital, aumentaría los niveles de ahorro de las personas ,aumentaría el empleo, la producción y mejora el bienestar de las personas. siendo relevante que también hay que tener cuidado con la sobreinversión de capital extranjero en este caso en oferta hotelera del país ya que este aumento no ha sido proporcional a la demanda en el 2012 había solo 135.299 metros cuadrado con destino de hotel y de esto al 2013 paso a 241.146 por eso en el 2012 la ocupación hotelera fue del 53,6 y para el 2013 fue de 52,5 esto significa que a una ocupación negativa en porcentaje capacidad hotelera ya que el crecimiento ha sido desbordado y no está siendo realmente tomado con el aumento del turismo. (Brida, Rodríguez, Mejía & Zapata, 2017). Hay que resaltar la importancia de las políticas públicas del gobierno y que estas deben realizarse por sectores turísticos para identificar la demanda de cada sector dentro del turismo y redirigir a las nuevas inversiones de capital extranjero o nacional a otros sitios donde la

oferta sea mayor a la demanda para llegar a un equilibrio y no crecimiento desbordado de algunos sectores.

La innovación, ciencias y tecnología es lo principal para los países desarrollados tanto así que muy pocas veces utilizan las mismas estrategias, aunque Colombia cada vez es más consciente de este su modelo, el modelo actual que se utiliza para la mayoría de las empresas se basa en disminución de los costos y calidad que es el clásico enfoque empresarial la racionalización esto demostraría una falta de orientación a los mercados que no llevaría al éxito de las empresas ya que estas deben centrarse en el entorno externo para así poder anticiparse a las necesidades del mercado o del cliente poder tener un producto o servicio de acuerdo a las necesidades. (Ocampo, Naranjo & Jiménez, 2018)

Según los antecedentes del país este está rezagado en ejecuciones de infraestructura por parte del gobierno más los factores de corrupción que afectan todos los sectores adicional la deficiencia en desarrollo de competencias laborales, el lema del gobierno en ese momento era (2016) “innovación para la prosperidad” con este se busca alcanzar un crecimiento a largo plazo y formar una relación o vínculo entre la empresa, gobierno y universidades ya que esta última cuando se fortalezca con componente epistemológico y situación actual del país para generar estudiantes, profesionales, docentes, investigadores y empresarios más competitivos en la cultura de innovación. (Delgado, Sánchez & Vélez, 2016) en este artículo se resalta la importancia de trabajar articulados tanto el gobierno, empresa y universidades y se identifica que para llegar a hacer más competitivos debemos fortalecer tanto las universidades ya que por medio de estas saldrán los nuevos profesionales que aportarán innovación a los productos o servicios en las empresas como universidades y con las políticas públicas del gobierno para incentivar más

investigación e innovación y apertura en mercados internacionales claro con el apoyo de los nuevos profesionales que estarán más capacitados para estos mercados.

En relación al término “Clúster” que se asocia comúnmente a “aglomeraciones geográficas” Estos buscan aumentar la eficiencia colectiva por medio de articulación empresariales que se enfocan en la tecnología e innovación para impulsar su crecimiento económico como son los clústeres turísticos, clúster de servicios médicos que están localizados en algún sitio específico de forma aglomerada. *“En cuanto a los clústeres regionales estos ofrecen algunas ventajas que son: Políticas y tecnología para potencial a las regiones, el fortalecimiento de la infraestructura productiva y logística para crear nuevos mercados a menor costo”*. (Balza & Cardona, 2016)

El término competitividad es probablemente uno de los términos más utilizados por los formuladores de políticas en turismo. Y en esta las palabras estrategia y políticas turísticas deben verse como aliados para fortalecer tanto los productos o servicios y con esto la economía para estos destinos: La sostenibilidad va de la mano de la competitividad porque el crecimiento del turismo debe equilibrar el desarrollo económico con los objetivos sociales, culturales y ambientales para garantizar un futuro a largo plazo para el sector evitando la sobredemanda en sectores específicos. Por tanto, la sostenibilidad debe considerarse un motor importante de la competitividad. Las preocupaciones actuales sobre el cambio climático, el medio ambiente o los precios de la energía altamente volátiles resaltan la necesidad de fortalecer la coherencia entre las diferentes políticas para crear una solución beneficiosa para todos que apoye la sostenibilidad e impulse la competitividad del turismo.

Gran parte de la investigación sobre la competitividad en el turismo se relaciona con su aplicación a nivel de destino y país. A nivel de un destino, la atención se centra en la evaluación

comparativa del destino para evaluar el desempeño del turismo en destinos específicos y la percepción de los turistas de los atributos específicos del destino (por ejemplo, atracciones, instalaciones comerciales y amabilidad). de la población local). También se abordan otras dimensiones clave como precio y calidad, sostenibilidad, posicionamiento a nivel nacional e internacional y la posición competitiva del destino.

También podemos ver la importancia que hay en implementar políticas públicas para el crecimiento del turismo teniendo en cuenta los sectores del país y poder facilitar por medio de estas políticas los productos o servicios turísticos el acceso como es la infraestructura adecuada o servicio públicos por esto el gobierno debe velar por mejorar los tiempos de ejecución de sus obras para así facilitar los servicios turísticos e impulsar la inversión tanto nacional y extranjera.

Las políticas públicas se le debe hacer un seguimiento para evitar la sobredemanda en algunos sectores turístico como pueden ser los hoteles ahí es donde el gobierno debe actuar y poder redirigir esa inversión de capital a otros sectores donde la oferta sea mayor que la demanda

3.2.2. Relevancia del turismo

En el contexto del turismo, los primeros estudios relacionados con la competitividad están asociados con los destinos turísticos. Entre estos estudios, destacamos los siguientes sobre el turismo:

Puede aportar a mejorar la economía de los países, gracias a los grandes y majestuosos recursos naturales y humanos con que cuentan los países de la A.P. y ante esto se hace necesario realizar una clasificación de los turistas teniendo en cuenta, los meses que comunmente

vacaciona y medir durante el año cuanta afluencia de turistas se tiene. (Guzmán, Cuervo & Ibarra, 2016)

Sin embargo, es muy importante entender que innovación y competitividad en cualquier ámbito van de la mano y en este caso especial de la empresa turística mucho más, se podrá observar en las siguientes publicaciones como se sitúa de manera relevante pensamientos de sostenibilidad y desarrollo económico y ambiental para un mayor realce en la competitividad del turismo. (Grajales et al, 2016)

Es importante aclarar, que los clústeres son en gran medida una alternativa de desarrollo en los contextos económicos, y mucho mas de indole regional, ya que el turismo se expresa y tiene mobildades desitintas de acuerdo a las zonas geográficas en que se maneje, y es necesario tener estrategia, implementar innovación, estructurarse adecuadamente, tener una visión muy clara hacia el futuro y el trabajo en equipo en especial la triada (academia-estado-empresa), hacen de este tipo de aglomeraciones una apuesta interesante que hace frente a los desafíos económicos. (Hernández, Bohórquez, Nieto & González, 2020)

Por esta razón sigue siendo fundamental que este tipo de estudios sean realizados por geógrafos e incluso sociólogos que también logren determinar los alcances de las dificultades que se podrían presentar con la consolidacion de la empresa turística y al hacerla ompetitiva, es que se puedan presentar situaciones como: explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes asociada a viajes y turismo, puede afectar de manera alarmante el crecimiento y la competitividad del sector turistico.

En este crecimiento de desarrollo economico del la empresa turistica, es posible detectar ciestras situacionaes que van a la par del desarrollo pero que no son muy buenas y legales, es el caso de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes asociada a viajes y

turismo, es necesario buscar el cómo este fenómeno está creciendo en las zonas altamente turísticas, oferta y demanda van en crecimiento y hay que colocarle límites a esta situación, cambiando así imaginarios que tanto daño hacen a la hora de protegerlos y prevenir su explotación sexual comercial. Del mismo modo, es importante que el sector turístico conozca y sepa conocer las disposiciones legales relacionadas con los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Hay que aclarar cuáles son las responsabilidades y las consecuencias legales de los diferentes actores de la industria turística frente a esta explotación sexual infantil y de adolescentes (Santa, Perlaza & Cano, 2019)

En la actualidad, la mayoría de los estudios sobre innovación y competitividad en la empresa turística los realizan investigadores en administración y economía. Los geógrafos de todo el mundo producen relativamente pocas publicaciones sobre estos temas.

4. RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. Turismo en salud

El turismo médico es un sector que está en crecimiento y puede ser una fuente importante de divisas en la actualidad la sociedad cada vez es más competitiva y consumidora y las personas quieren sentirse mejor con su bienestar tanto físico como espiritual. Los países exportadores tienden a ser países de ingresos más bajos, que pueden beneficiarse enormemente de los ingresos que obtienen a través del turismo médico. El turismo médico se produce a través del sector privado y este se da por la necesidad básica de las personas que ya no son solo comer y vestir sino de llegar a su confort tanto físico como espiritual. En las siguientes publicaciones se puede apreciar la oportunidad empresarial que este tipo de turismo puede representar para el país.

El turismo en salud en Colombia está en crecimiento esto se debe a la imagen a nivel internacional sobre los servicios que presta en medicina, odontología y en cirugía estéticas, comparado con estados unidos los costos en Colombia son menor en un 25% al 40% según (Cámara de comercio de Medellín 2013) y personal médico se encuentra a la altura de los mejores según (Ministerio de comercio industria y turismo 2009). La sociedad actual hace parte de un fenómeno mercantil de salud, en que las personas ya solo sus necesidades básicas no son solo comer y vestir y si no de llegar a su confort tanto físico como espiritual. El turismo salud ofrece una experiencia de vida que no solo se trata de realizarse de tratamiento médicos ,estético, odontológico, atención domiciliaria si no también ofrece la oportunidad para conocer sitios turístico dentro del país por ese motivo las ciudades aumenten la calidad de prestación de servicio en salud para atraer paciente nacionales o internacionales. (García, 2017)

Cierto es, desde el 2012 a la fecha se ha venido certificados más clínicas y hospitales esto con el fin de cada vez tener más calidad en los servicios para atraer a más clientes en especial de oftalmología, estética, medicina curativa y de bienestar y con un valor agregado que son los bajos costo en comparación con los países desarrollado y un servicio de lujo ya que lo alojamiento son de lujos hoteles de 4 o 5 estrella para la comodidad de cliente y con esto poder referenciarlo en un futuro ,los hoteles ya tienen oferta dirigida especializadas a estos cliente con sus espacios adaptados para su comodidad para su proceso de recuperación. (Castellano, Bittar & Janne, 2018)

Es muy interesante conocer que, que en estadounidense ahorran entre un 20% a 80 % en procedimiento quirúrgicos y cuidados posteriores si lo realizan en países extranjero según la asociación de turismo medico un informe de la cámara de comercio de Bogotá ubica a Colombia en el año 2012 como el tercer país en Latinoamérica que prefieren los turista para realizarse

procedimiento médicos con calidad al menor costo por este motivo Colombia es reconocido como un clúster de turismo en salud (Carvajal, Bonilla, Hernández & Cornejo, 2019)

En el turismo de salud tanto como medicina preventiva o estética a creciendo en los últimos años en Colombia en los artículos de turismo en salud ya mencionados nos muestran la importancia de la calidad y el confort que se le pueda ofrecer a los clientes ya que estos siempre buscan la calidad al menor costo también se debe resaltar los paquetes que son servicios completos donde se ofrecen desde recoger al paciente en el aeropuerto hasta sus cuidados postoperatorio incluyendo servicio domiciliario médico, hospedaje entre otros. Y esto contribuye en otros sectores del turismo como es el del hotelería y el de las inversiones extranjera en el país según datos de (ProColombia),(Portafolio) Colombia ha recibido más de 21 nuevos proyectos que esto generara más de US\$ 620 millones y generaran más de 10.000 empleos entre esto están subsectores farmacéuticos, cosmético, aseo personal servicio de salud entre otros y para el 2033 se esperar que los ingresos por turismo en bienestar podrían llegar a us\$450,6 millones un promedio pro turista de US\$ 577..(ProColombia, 2019).

4.2. El turismo en Colombia

Este análisis se hace importante para revisar todos los procesos empresariales que se dan en torno al turismo en el país, teniendo en cuenta factores como: competitividad, innovación, sostenibilidad, organización y desarrollo.

El Turismo en Colombia siempre se ha visto como una actividad perteneciente al sector de los servicios, a diferencia de lo que ocurre en otros países del mundo, como Inglaterra donde la se considera parte del sector de la industria. Aun así, existen varios conceptos de la industria que, aplicados a los servicios, pueden generar beneficios para los destinos turísticos y los

diferentes actores involucrados, ya sean clientes, proveedores, gestores públicos o privados. En este contexto globalizado, el mercado es cada vez más competitivo y las empresas necesitan herramientas para destacarse en el mercado. El desafío de este artículo es, a través de una revisión bibliográfica e investigación de datos secundarios, presentar, en general, un análisis de la empresa turística desde su competitividad, producidos desde la perspectiva de la industria, que puedan orientar posibles mejoras en la actividad turística y, directamente, en la capacidad competitiva de los destinos turísticos del país.

Colombia es distinguida a razón de su biodiversidad por los ecosistemas en su territorio organizado en 32 departamentos. En los primeros seis meses del 2017, el ingreso de extranjeros aumento un 46,3%, el movimiento de pasajeros, nacionales e internacionales, creció un 3,2% y en el sector hotelero aumentó para el segundo trimestre con 1,4% y constituyéndose en la segunda industria que más genera divisas (ProColombia, 2018). En Colombia existen 5.255 entidades que pertenecen al sector de turismo de naturaleza, ya sea por que comercializan u operan algunas de las actividades definidas como turismo de naturaleza, o porque en el caso de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje o Establecimientos de Gastronomía o similares se encuentran dentro de los municipios priorizados como de influencia de atractivos turísticos de naturaleza. (Puello et al, 2019)

Observamos algunos datos de interés que Puello et al, (2019) nos muestra sobre el turismo en Colombia, que a su vez nos debe trazar una hoja de ruta a seguir dependiendo de esos datos. En este artículo, el objetivo es, a través de la revisión bibliográfica, analizar la competitividad del turismo en Colombia, presentar las líneas de investigación de los principales centros de investigación turística del mundo y evaluar acciones estratégicas para desarrollar el innovación y turismo en el país y, así, estimular la capacidad competitiva. En las siguientes

publicaciones se puede resaltar intentos de organización para mejorar la competitividad del turismo en Colombia, e incluso las gestiones de los anteriores gobiernos para trabajar en torno a ese tema.

La actividad turística se ha caracterizado en los últimos años por su dinamismo y crecimiento global, un mayor aporte a la economía de las naciones y un constante exploración a los territorios nuevos. Convirtiéndose en una alternativa para el desarrollo. (Ortiz, Cancino & Cancino, 2019)

El turismo en Colombia se promueve como un sector fundamental para el desarrollo económico. Esto siempre fue impulsado en los gobiernos de Álvaro Uribe y de Juan Manuel Santos en donde, se incremento la inversión de la empresa privada y se mejoro significativamente la imagen del país internacionalmente. (Ochoa, 2019)

Al hablar de turismo en Colombia se tendria necesariamente que hablar de Santa Marta, reconocida nivel nacional como un lugar de playas exóticas y balnearios tranquilos, además de que cuenta en sus alrededores con la montaña al pie del mar más alta del mundo en la Sierra Nevada y otros sectores muy importantes del turismo en la zona de Santa Marta. A pesar de ello, aun no existe una identidad clara de lo que se pretende vender a nivel y aun con los impulsos por la conformación del clúster macondo natural sigue estando por debajo de la media en Colombia. (Guardiola, 2019)

La comparación de pronósticos de la demanda del sector turístico en Medellín es un tema que no ha sido abordado en Colombia usando modelos de regresión clásica y de regresión Bayesiana. En este trabajo se propone comparar un modelo de pronósticos econométrico clásico con dos bayesianos: uno basado en la regresión del autor Zellner, que asume una distribución normal. Estos modelos son aplicados al caso de entradas de turismo a la ciudad de Medellín,

Colombia, sin modificar las distribuciones de probabilidad iniciales para este trabajo. Esto puede proponerse en futuras aplicaciones, incluso, con diferentes formas de muestreo. Se pretende con esto responder los siguientes interrogantes: ¿cuáles variables tienen más incidencia sobre la llegada de turistas a la ciudad (fechas, clima, estaciones, meses) ?, ¿con cuáles modelos es posible ajustar mejor la dinámica de demanda de turismo?, ¿la teoría Bayesiana es útil para efectuar pronósticos sobre la demanda de turismo? (Valencia, Vanegas, Correa & Restrepo, 2017)

A través del estudio de competitividad de los Destinos Turísticos, se inició la propuesta de estructurar destinos con un estándar de calidad internacional (Cartagena, Santa Marta, San Andrés, entre otras). La construcción de estos parámetros permite analizar la trayectoria de estos destinos en el tiempo y la consecuente elaboración de una herramienta para medir la competitividad, inherente al mercado turístico global.

Según la OMC (2010), América del Sur es una de las regiones que mejor se ha desempeñado frente a la crisis económica global ocurrida en 2008. El país se ha ido colocando en una posición competitiva frente al resto de latinoamericanos y se ha destacado como uno de los principales destinos emergentes del mundo, con la firma del acuerdo de paz Colombia inicia una nueva etapa de apertura hacia el mundo y en especial del turismo, en las siguientes publicaciones abordan el tema del postconflicto y la relevancia sobre la empresa turística.

4.3. Colombia y postconflicto

En Colombia después de la firma del acuerdo de paz dejó de ser visto como un país peligroso y la percepción de inseguridad disminuyó pasando a ser más atractivas para los visitantes tanto nacionales o extranjeros, se deben trabajar de forma articulada tanto el sector

público como el privado para la implementación de políticas y/o estrategias públicas, que posibiliten una mejor y mayor infraestructura y seguridad en el campo empresarial turístico, en la siguiente publicación, se puede observar lo siguiente:

El conflicto armado en Colombia a perjudico al turismo ya que la inseguridad durante los años 1996 a 2005,ha mostrado al país como inestable desde el acuerdo de paz suscrito en el año 2016 plantea un nuevo escenario en el cual el turismo puede ser unos de lo más beneficiado a corto plazo, el turismo tiene la capacidad de impactar en la economía en el medioambiente y en lo cultural entre otros, pero en este sentido cualquier indicio de riesgo o percepción de inseguridad para los turistas, pueden provocar un repliegue o inactividad del flujo de los visitante en determinados sectores, afectado la imagen y el desarrollo del mismo.

La firma del acuerdo de paz a finales del 2016 entre el gobierno de Colombia y la FARC, ha incrementado el turismo en más del 27% de llegadas internacionales desde que empezó el postconflicto gracias a la percepción de mejora de seguridad y la promoción que se le da al país. Aunque todavía tenemos algunos problemas como son el de conectividad entre algunos lugares por falta de vías o ampliación de estas lo que dificulta la explotación del turismo en algunas regiones del país. también la falta de políticas públicas por la no coordinación entre empresas privada y pública, con el fin de mejorar las políticas públicas para aplicar iniciativas para impulsar y promocionar el turismo profundizando en los problemas o necesidades que puedan tener estos sectores para ayudar a solucionarla invirtiendo en infraestructura necesaria y capacitación al personal de estos sectores turístico con el fin de mejorar los servicios prestados para estimular el turismo. (Sánchez, 2018)

Ahora bien, para este escenario futuro, del turismo en Colombia, los avances que se deben realizar se deben producir en el sector del transporte, infraestructura y de seguridad, para

hacer apertura de nuevos destinos a la entrada de turistas extranjeros y con esto se incrementará la movilidad de las personas a través de una mejor accesibilidad y se incrementaría la oferta turista.

También hay que resaltar la importancia de trabajar en forma articulada, el sector privado con el público para mejorar las políticas de desarrollo del turismo y sacar el mayor potencial posible.

4.4. Sector hotelero

Antes de describir el perfil que caracteriza a las empresas turísticas hoteleras del presente trabajo, es importante contextualizar el área geográfica de actuación, tanto a nivel nacional (Colombia como país) y regional (Magdalena como departamento cuya capital es la ciudad de Santa Marta, en la cual se realiza el estudio) y su relación con el turismo, pues precisamente la investigación se aplica a dicho sector económico.

En Colombia, uno de los datos más importantes que evidencia la relevancia que ha venido adquiriendo el turismo para el país, está relacionado con en el tema de la generación de empleo; en concreto, los puestos de trabajo de este sector representan actualmente el 27,8% del total, ocupando el primer lugar a nivel nacional. Por otra parte, la participación en el Producto Interno Bruto (PIB) también es destacable, ubicándose en la tercera posición en el acumulado del tercer trimestre de 2016 con un 11,2% del total, detrás solamente de los sectores financieros e industrial, con un 20,6% y 12,1% respectivamente. Dentro del sector turístico, se destaca también la importancia del sector hotelero con una representación del 2,85% del PIB nacional y una ocupación promedio de casi el 50% durante el 2016 (MINCIT 2017).

En cuanto a la llegada de visitantes extranjeros, durante el 2016 se tuvo un aumento del 14,5% con respecto al 2015 superando por primera vez en el país la cifra de los 5 millones de turistas internacionales (Miranda, Plaza, Brea & Botero, 2018)

Una de las condiciones mas importantes para analizar son los desafios tecnologicos en este sector, relevante para la innovacion en este campo. También se encontró una cantidad importante de invenciones relacionadas con productos y métodos para el lavado y secado de toallas y prendas en los hoteles, así como desinfectantes y estrategias de prelavado para las toallas y almohadas. (Grajales et all, 2017)

En Colombia el sector turismo representan en puesto de trabajo el 27,8% y durante el 2016 aumentaron las visitas de extranjeros en un 14.5% en relación al 2015. Esto nos muestra un mejoramiento en cuanto al servicio que se está brindando, para ofrecer al cliente turistico mejores opciones de calidad y de esta manera captar su atencion y luego su satisfaccion.

4.5. El impacto de las TIC en el turismo

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han sido uno de los sectores de mayor crecimiento y que impacta directamente a las personas y a todos como es el hogar y la industria de turismo entre otros, y ha abierto la posibilidad de movilizarnos en cualquier parte del territorio nacional, por ese motivo el gobierno a realizados esfuerzo de políticas públicas y con esto se ha incrementado la economía turística,

El crecimiento de las TIC no solo se limita a un sector como el empresarial ya que en la actualidad los ciudadanos cada vez más utilizan estas herramientas para facilitar todas las labores cotidianas como son la utilización de canales electrónicos por ese motivo el Gobierno busca estrategias públicas para poder ofrecer acceso a esta conectividad en todas las regiones o sectores

del país e impulsar estrategia para acabar por el analfabetización digital. Según informe de MinTIC en el año 2015 se logró pasar de un 53% del uso del internet a un 75% en el año 2017 Según Luzardo (2017) y el Informe Mundial de Tecnología de la Información el cual analiza el uso de tecnología en la pymes ,único a Colombia en el puesto 68 entre 139 países ranking global, señalando que existen rezagos en la implementación de las TIC a nivel empresarial puesto que tan solo el 31% de los empresarios Pyme industriales, el 23% de los de comercio y el 34% de los de servicios manifestó que tenían plataformas TIC para comercializar y vender sus productos o servicios. Cerca de una quinta parte de los encuestados (en promedio) indicó tener una plataforma TIC pero solo para la comercialización de sus mercancías (21% en industria, 17% en comercio y 27% en servicios) y menos del 10% de la muestra usó dichas plataformas exclusivamente para sus ventas (6% en industria y comercio, y 7% en servicios) en el año 2016. Considerando que aproximadamente el 80% de las empresas en Colombia está conformado por Pyme, se evidencia un gran rezago que afecta la competitividad.

Se evidencia una gran problemática corporativa que afecta la competitividad de las empresas de todos los sectores frente a la dinámica digital y sus limitaciones no son solo lo económico sino la falta de capacitación del personal y el factor cultural. Hay que resaltar la importancia que debe tener las instituciones educativas en la formación de estudiantes integro con capacidades en las tecnologías para este mundo que cada vez es más digital. (Torres Taborda, 2018)

Pasando al tema empresarial, el turismo es un sector que en la actualidad la importancia de las TIC es imprescindible ya que ha cambiado la forma de relacionarse con los clientes tanto nacionales como internacionales provocando todo tipo de cambio dentro de una empresa con el fin de mejorar la capacidad de competitividad tecnología y por la otra, la desaparición de

aquellas que no los han adoptado. El que no se adapta a tiempo tendrá a desaparecer en este mundo que debemos estar cada vez más actualizado y siempre innovando. La actual situación producida por el Covid-19 ha originado una caída de la industria del turismo. Y si bien, esto signifique un retroceso en el desarrollo del turismo, las instituciones y el gobierno específicamente se darán en la tarea de construir estrategias que soporten una reactivación de las actividades que involucran el sector turístico, y ante esto, es muy importante la implementación de nuevas tecnologías que faciliten la adaptación para ser competitivos en el mercado. (Salazar et al, 2020)

5. APORTE DE LA INVESTIGACIÓN

Este análisis busca desarrollar una visión comparativa a los cinco segmentos destacados en esta investigación, y se presentaron en ese orden.

Con base en los objetivos del Análisis de los elementos de competitividad en el sector turismo en Colombia, se pretende conocer el estado en el que se encuentra al año 2019 identificando las oportunidades que permitan hacer del país un destino turístico de talla mundial, constituyendo así modelos de desarrollo turístico a nivel nacional y regional. Por ende, la pregunta que se planteó fue ¿Cómo ha sido la competitividad del turismo en Colombia del 2016 al 2019?, lo cual se hizo mediante la captación y análisis de recursos bibliográficos que permitieron dar respuesta a la pregunta planteada.

Se pretende con esto, transmitir un conocimiento del potencial actual del turismo en Colombia y de las posibilidades del país dentro del sector a nivel internacional, desarrollando una mayor competitividad relacionada con la capacidad de promover mejores productos y servicios que los ofrecidos por otros destinos, para lo cual Colombia necesita avanzar en la

planificación para definir la estrategia de desarrollo, orientar las inversiones y monitorear su desempeño.

Desde el punto de vista del seguimiento, la redención de acciones pasadas puede ayudar a su avance, como la actualización de la normativa y la participación activa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, asociado a la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico y la creación del sector de investigación y seguimiento en la empresa turística.

De alguna manera se quiere que la cooperación regional y los atractivos turísticos pueden evolucionar en sus índices con la acción activa de una instancia de gobierno, donde se pueden discutir los instrumentos de planificación turística en el destino y monitorear la evolución, acciones y estrategias, con base en los lineamientos del Plan Nacional de Turismo. Para los atractivos, cabe destacar la influencia que debe tener la ejecución de un Programa de Desarrollo Turístico y la adecuación urbanística de los destinos turísticos colombianos.

Como la especulación inmobiliaria en Colombia con obras que proponen verticalización como tendencia del denominado desarrollo de zona, sin la percepción de que las zonas densas y de alto caudal tienden a alienar al turista actual que busca nuevas experiencias. Por tanto, el modelo de reproducción de lugares está siendo superado por lo “nuevo”, nuevas ofertas de productos, novedosas en el mercado turístico, desafiando los destinos / lugares turísticos para aprovechar sus conocimientos y formas de hacer la vida diaria como diferencial en la oferta turística, trabajando de una manera más adecuada y tratando de aprovechar coyunturas como el postconflicto y la demanda creciente en turismo médico.

En este contexto y asociado al concepto de competitividad como la capacidad creciente de generar negocios en actividades económicas relacionadas con el sector turístico, brindando al turista una experiencia positiva, se hace necesario diversificar la oferta turística adaptando rutas

existentes o estructurando nuevas, contribuyendo al aumento de la estancia de los turistas, evitando el riesgo inminente de estancamiento y declive a costa del crecimiento de los últimos años. La competitividad aquí analizada se comprende desde las dificultades que internamente presentan los destinos, su desarrollo económico y la promoción de productos turísticos que en ellos se pueda resaltar, posibilitando una posición estratégica, observando lineamientos y criterios de la política turística nacional y de cara a la adecuación de su propia realidad a la evolución de los indicadores y garantía de un buen posicionamiento en el mercado en relación a sus competidores, sobre todo, asegurar una práctica turística que incluya al residente, respete los recursos naturales y aumente la oferta turística.

A la vista de los argumentos presentados, se puede concluir que el avance de la competitividad turística en Colombia busca equilibrar sus índices de desempeño con otros capitales, buscando apoyos en tres etapas básicas: planificación, inversión y seguimiento, mantenimiento y creación, alianzas con los diferentes agentes sociales que juegan un papel relevante en el destino: empresarios, población local, universidades y gobierno. Se espera que el documento final sea una herramienta de consulta para los estudiosos del tema, pero también una plataforma para nuevas investigaciones y nuevos conocimientos que profundicen los aquí tratados. Así se beneficia no sólo la comunidad académica sino también el sector del turismo, como al gobierno nacional, regional y local.

6. CONCLUSIONES

Podemos concluir que el turismo en Colombia tiene una enorme importancia para la economía nacional por lo que representa un sector que se puede explorar y explotar de una manera rentable para el país. Colombia es reconocida en el mundo debido a la diversidad de ofertas turísticas que incluyen una amplitud interesante de culturas y paisajes que son de gran atractivo para los turistas. En la revisión bibliográfica realizada, se evidencio que existe un amplio potencial en el desarrollo de la industria turística y que hay una gran posibilidad de participación y competitividad en el mercado internacional.

Tras la apertura de nuevos espacios geográficos a los cuales no se había tenido acceso anteriormente por cuestión del conflicto armado, se da la apertura a la exploración de nuevas estrategias de competitividad e innovación en el sector turístico colombiano. Esto permite que se desarrollen nuevos estudios e investigaciones en un campo que aún es inexplorado, descubriendo nuevos sitios turísticos y ampliando las posibilidades ecoturísticas para el país, lo que también lleva a incentivar la inversión extranjera y a mejorar la competitividad del país en el turismo.

En este sentido, es importante tener un conocimiento de la amplia oferta del turismo del país y que desde las políticas gubernamentales se gestionen las condiciones para potencializar aún más los destinos turísticos existentes y los que se pueden empezar a explotar de una forma sustentable. Colombia tiene un potencial inmenso como destino turístico a nivel internacional y puede tener una afluencia permanente de turistas durante todo el año por la diversidad en la oferta de lugares para conocer y explorar.

Adicionalmente, estas oportunidades en la oferta del turismo deben ir ligadas a la comprensión y preservación del patrimonio natural y cultural de las comunidades asociadas y debe contribuir al reconocimiento y continuidad de sus tradiciones. Por ende, el turismo debe

contribuir también al beneficio económico y social de las poblaciones para que puedan ser aportantes con su conocimiento y experiencia en la exploración de nuevos destinos.

Cabe destacar que el posicionamiento geográfico de Colombia es una ventaja en el desarrollo ofertas del turismo únicas, sin embargo, se encontró un progreso significativo en los últimos años en cuanto al número de turistas que visitan el país lo que evidencia que es un sector en crecimiento con un amplio potencial. La mejora, la promoción y la inversión son vitales para que el país se convierta en un destino turístico internacional de éxito, por lo cual es importante que se dé un aporte más significativo de los geógrafos desde su perspectiva en relación al estudio turístico en Colombia.

Adicionalmente, se requiere por parte del gobierno y las empresas asociadas al sector del turismo, un nuevo direccionamiento estratégico y compromiso de inversión para ampliar la cobertura del sector turístico, teniendo en cuenta que Colombia se ha mantenido por detrás de otras naciones Latinoamericanas en ese sector. Se deben asegurar los ingresos del turismo de una manera planificada y benéfica para el país, garantizando que el potencial turístico no se vea obstaculizado por una mala planificación, la falta de infraestructura de apoyo o la corrupción con los dineros destinados a la inversión en el sector del turismo.

Por ende, la planificación estratégica en el turismo debe incluir la preservación de los ambientes naturales y la adecuada planificación de los proyectos turísticos con el fin de mitigar los impactos negativos en las comunidades y el medio ambiente, respondiendo además a estándares internacionales de adecuación de espacios y comercialización de servicios.

Otro factor importante para dar aprovechamiento y desarrollo al sector del turismo en el país, es el apoyo de la TIC, la apertura dada con los tratados de libre comercio y el postconflicto que ha facilitado la movilidad dentro del territorio colombiano y la exploración de nuevos

destinos turísticos, brindando además más seguridad para los turistas nacionales y extranjeros al ingresar a ciertas zonas lo que permite la activación del crecimiento turístico y el incremento de la inversión extranjera en ese sector.

En los próximos años se espera que el turismo en Colombia se convierta en un elemento importante en la formación del PIB y se espera del 2020 al 2023 una estimación del aumento del 4.1 % en Colombia que sería positivo para el país. Dando aprovechamiento a las diferentes oportunidades que tiene el país en el sector, se puede lograr una consolidación significativa en el turismo logrando que este sector sea aún más representativo dentro de la economía del país y tenga una participación importante en la balanza comercial.

Los servicios del turismo del país deben ser más potencializados, fortaleciendo de igual manera las estrategias publicitarias que hagan posible reformar poco a poco la imagen negativa del país en el extranjero y abrir a los turistas internacionales una nueva visión del país como un destino que es atractivo por la variedad de sus paisajes y su naturaleza exótica. Se deben destacar principalmente, aquellos aspectos por los cuales el país se destaca ante sus competidores y cuál sería el valor agregado de la experiencia del turismo en Colombia para el turista que adquiera los servicios dentro del país.

7. REFERENCIAS

- Balza Franco, V., Cardona A, DA, (2016). Economías de aglomeración empresarial y políticas públicas de competitividad desde un enfoque global hacia un contexto latinoamericano: Una revisión conceptual.
- Buitrago Núñez, DA, (2018). Empresas agroindustriales dinamizan la competitividad empresarial en Colombia.
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area of Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 24(1),5-12.
- Brida, J.G., Brindis, M.A., Mejía Álzate, M.L., Zapata-Aguirre, S. (2017). El aporte directo del turismo en el crecimiento económico de Colombia: análisis característico de sucursales utilizando la cuenta satélite de turismo -TSA | [La contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia: Análisis por ramas características del sector utilizando la Cuenta Satélite de Turismo - CST]
- Carvajal, MFA, Bonilla-Cruz, N J., Hernández-Peña, YK, Cornejo, AC, (2019). Pautas de intervención: Resiliencia y emprendimiento en microempresarios del sector turismo de salud. Una innovación psicológica | Lineamientos de intervención: Resiliencia y emprendimiento en microempresarios del sector turismo en salud. Una innovación psicológica]
- Castellano, M.I., Bittar, O., Janne, S, (2018). Nuevo negocio de turismo médico para el hotel en el modelo del sector barranquilla | [Turismo médico nuevo modelo de negocio para el sector hotelero en barranquilla]
- Charria García, F. (2016). Comentarios sobre la reforma de la ley general de turismo de Colombia efectuada por la ley 1558 de 2012.

- Delgado Vélez, LD, Sánchez Torres, WC, Vélez, Á.R. (2016). [Análisis de la relación Universidad-Empresa-Estado desde la perspectiva de la Competitividad Empresarial.
- García, C.A.G. (2017) Turismo en salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad? El | [Turismo de salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad?]
- Giraldo, OG, Granados, HJ, Acevedo, NM, (2019). Apuestas estratégicas competitivas en los territorios y su impacto en la liquidación de negocios: estudio de caso | [Apuestas estratégicas competitivas en los territorios y su incidencia en la liquidación empresarial: Estudio de caso]
- Guardiola, AR, (2019). Potencial turístico de Santa Marta: una revisión del desarrollo, el crecimiento y las barreras | [Potencial turístico de Santa Marta (Colombia): Una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras]
- Guzmán Pérez, F.A., Cuervo Colorado, H.A., Ibarra Mares, A. (2016). Innovación en la industria turística de la Alianza del Pacífico: un estudio comparativo de las ventajas entre los países miembros de GEM | [La innovación en el sector turismo como ventaja comparativa entre los países gema de la alianza del pacífico]
- Grajales López, C.A., Zartha Sossa, J.W., Hernández Zarta, R.H., (...), Gómez Garcés, J.G., Valencia Grisales, L.V. (2017) Vigilancia tecnológica y curvas en 'S': Tecnologías ambientales en turismo, proyecto Quindío Innova | [Vigilancia tecnológica y curvas en 'S': Tecnologías ambientales en el Turismo, Quindío innova]
- Grajales López, C.A., Zartha Sossa, J.W., Hernández Zarta, R., (...), Díaz Uribe, J.H., Gómez Garcés, J. (2016). Vigilancia tecnológica y análisis del ciclo de vida de la tecnología: revisión de herramientas para el diagnóstico empresarial y la aplicación del ciclo de vida del producto en el sector turístico | [Vigilancia tecnológica y análisis del ciclo de vida de

la tecnología: Revisión de herramientas para el diagnóstico empresarial y la aplicación del ciclo de vida del producto en el sector turismo]

Hernández Angulo, CA, Bohórquez Hernández, MJ, Nieto, IC, González-Torres, HJ. (2020).

Clúster de turismo de salud: contexto global de este modelo | [Clúster de turismo en salud: Contexto global de este modelo]

Jaramillo Henao, A.M., Silva Bolívar, G.J., Adarve Gómez, C.A., (...), Páramo Velásquez,

C.A., Gómez Echeverry, L.L. (2018) Aplicaciones de realidad aumentada en educación para mejorar los procesos de enseñanza - aprendizaje: una revisión sistemática

| [Aplicaciones de Realidad Aumentada en educación para mejorar los procesos de enseñanza - aprendizaje: Una revisión sistemática]

Lesmes Ortiz, L.V., Callejas Rodríguez, N.Y. (2018). Comercialización e innovación de las

ciudades, como factor clave de competitividad para Tunja (Colombia) | [Marketing e innovación de ciudades, como factor clave de competitividad para Tunja (Colombia)]

Meza Andrade, LM, Ramírez Freyle, E., Romero Zúñiga, C. (2018). Estándares de

competitividad empresarial en las pymes de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha.

Miranda, D.D.P., Plaza, A.G., Brea, J.A.F., Botero, C.M. (2018) Prácticas de responsabilidad

social corporativa en el sector hotelero. Estudios de caso en la ciudad de Santa Marta,

Colombia | [Prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Estudio de casos en la ciudad de Santa Marta, Colombia]

Sánchez, Menchero Mirian (2018) Colombia en el posconflicto: ¿Turismo por la paz o paz por

el turismo? El | [Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo?]

- Ocampo Wilches, AC, Naranjo Valencia, JC, Jiménez Jiménez, D. (2018). Orientación al mercado e innovación: ¿La estructura y el entorno moderan esta relación?
- Ochoa Zuluaga, GI, (2019). Influencias del turismo global en la Amazonía | [Influencias del turismo global sobre el territorio amazónico]
- Ortiz Flórez, JS, Cancino, SE, Cancino Escalante, GO, (2019). La contribución del turismo al desarrollo económico del municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia | [El informe del turismo al desarrollo económico del Municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia]
- Puello-Pereira, N., Ovallos Gazabon, D., Hugueth Alba, A., Díaz-Solano, B. , Silva, J. (2019). Nivel de competitividad en clústers. Caso de iniciativa de turismo de naturaleza en el Atlántico, Colombia | [Análisis del nivel de competitividad en clústers. Caso iniciativa turismo de naturaleza en atlántico, Colombia]
- Rodríguez, A.L.L., Rodríguez, S.A.L. (2018). Impacto de las TIC en el turismo: el caso colombiano | [Impacto de las TIC en el turismo: Caso colombiano]
- Salazar A, Eduardo J, Silva M, Jessica A, Rodríguez B, Bladimir, Lobelo Del Río, Javier J. (2020) Situación of the Colombian Tourism Sector during the pandemic, a light at the end of the road. Risti
- Santa Álvarez, J, Perlaza Lopera, C., Cano, JA, (2019). Análisis de actitudes y prácticas para identificar, prevenir y denunciar la explotación sexual comercial por estudiantes de educación superior en turismo
- Santa Álvarez, J, Perlaza-Lopera, C., Cano, JA, (2019). Conocimientos Sobre La Explotación Sexual Comercial Asociada A Viajes Y Turismo En Estudiantes De Educación Superior
- Torres Taborda, SL, (2018). [Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación

de herramientas digitales. Caso Corporación Universitaria Americana, sede Medellín –
Colombia

Valencia, M., Vanegas, J., Correa, J., Restrepo, J. (2017). Comparación de pronósticos para la
dinámica del turismo en Medellín, Colombia | [Comparación de valoraciones para la
dinámica del turismo en Medellín, Colombia]