

Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia

Analysis of the sustainability and competitiveness of tourism in Colombia

Ana-Milena Serrano-Amado¹, Luz-Alexandra Montoya-Restrepo², Ilia Cazares³

RESUMEN

El sector turístico en los últimos años ha presentado un crecimiento importante en la economía mundial. Por tal razón y gracias a las exigencias mundiales se está desarrollando esta industria teniendo en cuenta la preservación del medio ambiente, por esto es importante ver a la sostenibilidad como elemento indispensable para mejorar la calidad de los servicios turísticos, generando con esto un posicionamiento importante y un crecimiento en la competitividad. El objetivo del presente artículo es abordar desde la conceptualización y referencia de autores, aspectos relevantes de sostenibilidad y competitividad turística como eje determinante para el crecimiento económico en el lugar donde se esté llevando a cabo. Dentro de los estudios encontrados se evidencia que para ser competitivos en este sector se tienen que involucrar factores como la sostenibilidad, calidad del servicio y estrategias de marketing, con aras de mejorar la prestación de los servicios turísticos, especialmente del sector hotelero.

PALABRAS CLAVE: MiPymes; turismo; sector hotelero; responsabilidad social corporativa.

ABSTRACT

The tourism sector in recent years has presented an important growth in the world economy. For this reason and due to global demands, this developing industry is taking into account the preservation of the environment, therefore it is important to see sustainability as a key element to improve the quality of tourism services, which would be reflected in a better positioning and competitiveness of the sector. The objective of this article is to approach, from the conceptualization and proposals of several authors, relevant aspects of sustainability and tourism competitiveness as determining axis for economic growth in the place where it is carried out. The reviewed studies evidence that factors such as sustainability, quality of service and marketing strategies need to be taken into account to be competitive, in order to improve the provision of tourism services, especially in the hotel industry.

KEYWORDS: Small and medium-sized enterprises (SMEs); tourism; hotel industry; corporate social responsibility.

Introducción

La globalización y su impacto en las empresas se debe pensar en términos de mejorar su competitividad. Según Ibáñez (2011), este factor se refleja a

través de su comportamiento con los competidores y el desempeño dentro de su organización con la finalidad de obtener una rentabilidad dentro de un modelo económico y social. Porter (citado en Bravo y

¹ Facultad Seccional Duitama, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Duitama, Colombia. ORCID Serrano-Amado, A.-M.: 0000-0003-0579-5722

² Facultad de Minas, Universidad Nacional de Colombia. Medellín, Colombia. ORCID Montoya-Restrepo, L.-A.: 0000-0002-4896-1615

³ Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Querétaro. Santiago de Querétaro, México. ORCID Cazares, I.: 0000-0002-3221-5458

⁴ Autor de correspondencia. ana.serrano@uptc.edu.co

Recepción: 12 de diciembre de 2017. Aceptación: 01 de junio de 2018

Pérez, 2009, p. 5) señala que “la competitividad debe entenderse en términos de la capacidad de mejorar e innovar constantemente para generar ventajas diferenciales frente a los competidores, lo cual implica realizar un análisis estructural de los mercados para elegir las alternativas más viables”. Este enfoque centrado en Porter considera que se puede alcanzar la competitividad siguiendo el diamante competitivo, que se enfoca en el trabajo en cuatro dimensiones: “condiciones de factores de producción, condiciones de la demanda, grupos contextos o de demanda, estructura adecuada para la competencia” (Restrepo, 2004, p. 13), para el logro de condiciones favorables para su gestión. Cuando se observa el crecimiento económico que ha presentado el sector turístico a nivel mundial es indispensable analizar la competitividad turística, definida como “capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (Hassan, 2000, p. 239).

La competitividad desde años atrás ha sido un tema de interés. Por ejemplo, un estudio de competitividad del sector turismo realizado en 1996 identificó que los modelos de integración empresarial tipo cluster o región que se caracterizan en la oferta colombiana tienen deficiencias y no potencian las fortalezas, como la infraestructura, la oferta de servicios, la conectividad, la calidad de los componentes y los actos estatales (Bravo y Pérez, 2009).

El objetivo de este artículo es realizar un análisis documental de la competitividad y sostenibilidad turística y está estructurado en tres partes. La primera es un análisis de diversos estudios provenientes de diversas bases de datos tomando referentes teóricos de competitividad y sostenibilidad turística en las micro, pequeña y mediana empresa (MiPymes) de alojamiento. En la segunda parte se realiza un análisis detallado de la información tomando los estudios encontrados y destacando los más importantes y que realizan un aporte significativo para el desarrollo. La tercera parte propone alternativas para un turismo sostenible. La metodología empleada es cualitativa (método de investigación documental) y se enfoca en el análisis de la incidencia que tiene la sostenibilidad para el crecimiento competitivo de la región donde se esté desarrollando el turismo.

Caracterización

El turismo es considerado como una industria que congrega a las personas a nivel mundial, predominando en el campo ambiental, social, cultural y económico (Anzola et al., 2014). Este sector es un generador de divisas que impacta en el empleo y en la implementación de los sistemas de información (Lizcano, 2013). Es por esto que del año 2017 al 2016 se evidenció un incremento del 6% en esta actividad, destacando como los lugares con mayor atracción turística a Oriente Medio (9%), Europa (8%), África (8%), Asia y Pacífico (6%) y América (3%). (OMT, 2017a). En el continente americano el líder es Suramérica con un 6%, seguido de América Central con 5%, el Caribe con 4% y América del Norte con un 2% (OMT, 2017a). En Suramérica los países con mayores estadísticas de visitas son Brasil (6,3%), Argentina (5,7%), Chile (4,4), Colombia (2,98) y Ecuador (1,54%).

En el caso de Colombia se dio un crecimiento importante del sector turismo para el año 2017 de 28,3% respecto al año anterior debido a las nuevas condiciones de seguridad generadas por la firma de los acuerdos de paz (Anzola et al., 2014), es así como el sector se ha venido posicionando como el segundo generador de divisas y fuente de empleo de impacto (1 de cada 11 empleos del país) (CITUR, 2018).

La anterior es una de las razones por las que Colombia ha enfocado grandes esfuerzos a esta actividad, declarando al turismo como sector de clase mundial y estableciendo una política nacional de productividad y competitividad encargada del diseño de programas específicos que buscan fortalecer la capacidad productiva en el entorno empresarial. Estas políticas se han basado en convenios que refuerzan la competitividad, y los más importantes son los clúster con iniciativas del folclor, rutas de turismo e innovación de producto turístico, la infraestructura vial y tecnologías de información y comunicación (MinCIT 2008).

Dada la importancia del turismo a nivel mundial, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha establecido políticas para velar por la preservación y el cuidado del medio ambiente, procurando incrementar la conciencia en la sociedad sobre el constante deterioro ambiental en la práctica de

actividades turísticas (Anzola et al., 2014). Esta iniciativa surgió en la década de los setentas dadas las exigencias globales (especialmente en los países europeos) que mostraron interés por la preservación medioambiental, creando políticas ambientales con apoyo de entidades como la Comisión Mundial para establecer parámetros e indicadores por los cuales se pueda evaluar la sostenibilidad en las empresas. Más adelante en la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992 se involucra el concepto de calidad para que las instituciones sean sostenibles y asimismo más competitivas. En ese momento la OMT elaboró los indicadores que miden desarrollo sostenible del turismo, y se realizó una muestra piloto en Estados Unidos, Canadá, México y Países Bajos en 1995 y 1996. Posteriormente, 2017 se declara como el año internacional del turismo sostenible y se enfatiza en “concienciar a la comunidad de la necesidad de practicar un turismo responsable”. Es por esto que el turismo sostenible es considerado como “aquella actividad turística que respeta el medio ambiente y minimiza al máximo el impacto que se hace sobre el entorno” (OMT, 2017b). Actualmente se está planeando la Cumbre 2030, cuyo fin es el bienestar de las generaciones futuras.

En Colombia el tema del desarrollo sostenible se institucionalizó por medio de la Ley 99 de 1993, estableciendo que con las buenas prácticas sostenibles se puede mejorar el bienestar social, ambiental y económico sin afectar los recursos naturales. Adicionalmente, para el sector turístico se cuenta con normatividad vigente que tienen en cuenta las exigencias establecidas para lograr un desarrollo sostenible. En el caso de los establecimientos de alojamiento se encuentra vigente a partir del 2006 la Norma Técnica Colombiana NTS SH 002 (Icontec, 2006), la cual define parámetros para que estos establecimientos logren obtener una certificación.

MiPymes turísticas

Desde el punto de vista económico, las MiPymes turísticas según Pérez (2003) citado por Luna (2005, p. 253) son “la unidad de producción encargada de combinar una serie de recursos productivos para transformarlos en bienes y servicios que satisfacen las necesidades de consumo”. Los objetivos de la

empresa turística son iguales a los de cualquier otra organización y pueden ser de tres tipos: económicos (orientados a la rentabilidad), de crecimiento (apuntan al incremento de la producción), y de objetivo social (buscan fines colectivos). Además, este mismo autor plantea que dentro del sector turístico un gran porcentaje de empresas están catalogadas como MiPymes. Estas empresas son organizaciones heterogéneas, cambiantes y variadas que deben plantear estrategias para captar un nicho de mercado y prepararse para enfrentar un ambiente hostil, dinámico, globalizado y saturado.

Política Nacional de Turismo (2008-2010). Colombia como destino turístico de clase mundial

En la Política Nacional de Turismo se establecen programas y políticas públicas con aras a mantener el destino turístico y buenos niveles de competitividad. También se mencionan las causas de la baja competitividad destacando que la inseguridad, variables macro como mala imagen del país, el bajo crecimiento económico y la centralización del turismo hicieron que los niveles de competitividad bloquearan y no generaran algún aporte significativo al Producto Interno Bruto (PIB) nacional.

Con esta Política el Estado buscó implementar un plan macro para mejorar el crecimiento y la competitividad del sector, estableciendo los siguientes programas a largo plazo: diversificación de los productos, incorporación a nuevos destinos turísticos y mejoramiento de la imagen del país frente al exterior. Igualmente, esta política incluye algunos indicadores para el sector que evidencian que a pesar de los inconvenientes atrás expuestos, el sector turístico para esa fecha atraía la visita de viajeros del extranjero y generaba empleo, aportes al PIB, ocupación hotelera, entre otros. En la Política se menciona que sector hotelero es uno de los servicios turísticos con mayor importancia para el país, siendo Antioquia y Quindío dos de los departamentos con mayor auge de visitantes para el año 2016.

El Conpes 3397 de Política Sectorial de Turismo (DNP, 2008) fue creado con el ánimo de realizar alianzas y convenios de competitividad turística, contribuir al desarrollo turístico y lo más importante,

generar confianza internacional e incrementar el turismo a un nivel alto. Por otra parte, mediante la Ley 1101 de 2006 se aumentaron los recursos que se captan de la promoción nacional e internacional para el incremento de la competitividad turística en Colombia, con la colaboración de entidades gubernamentales que establecen varios tipos de proyectos (Tabla 1).

La competitividad como requisito indispensable del desarrollo

La competitividad se define como “la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales” (Porter, 1985, citado por Labarca, 2007, p. 160). Este paradigma ha evolucionado significativamente durante varias épocas y ha generado aportes para los mercados y la sociedad en general (Pulido y Sánchez, 2010). Actualmente la competitividad es un tema primordial para los países, ya que juega un papel indispensable en la medición del crecimiento y desarrollo económico.

Tabla 1. Proyectos de orden gubernamental en turismo para Colombia

Política	Definición
Desarrollo de ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto bandera • Se crean líneas estratégicas para la actividad • Ordenamiento y planificación por áreas • Infraestructura • Se mejora la planificación turística
Política de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de la prestación del servicio del sector turístico, fortalecimiento de la gestión de la calidad en las empresas del sector turístico. • Normalización y procesos certificados
Plan promoción de la educación superior en el sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento del capital humano mediante la formación que responda a las necesidades empresariales, vinculando las instituciones educativas en áreas de turismo y emprendimiento
Turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Orientada a la estructuración de productos que están relacionados con el patrimonio cultural

Fuente: elaboración propia a partir de Anzola et al. (2014).

Uno de los referentes teóricos más importantes en el desarrollo del concepto de competitividad es Porter, quien explica que los factores clave son el entorno económico y la política macroeconómica que establece el gobierno. Por otra parte, Labarca (2007) menciona que “la competitividad se determina por la productividad con la cual una nación, región o clúster utiliza sus recursos naturales, humanos y de capital” (p. 160).

La competitividad puede analizarse a nivel de país. Fajnzylber (1988), citado por González y Mendieta (2009) plantea que este tipo de competitividad se relaciona con “el grado en el cual, en condiciones libres y claras de mercado, el país es capaz de sostener y expandir su participación en los mercados internacionales, al mismo tiempo que eleva la calidad de vida de su población” (p. 111). Adicionalmente, se resalta el hecho de que la competitividad de un país está en función de “la eficiencia macroeconómica de sus empresas, las políticas gubernamentales para promover el crecimiento económico y el desempeño de sus principales ciudades para atraer nuevas inversiones que generan empleos y coadyuvan al crecimiento económico local” (p. 111).

Cuervo (1993) menciona que hay tres niveles para el análisis de la competitividad empresarial (Tabla 2).

Tabla 2. Niveles de la competitividad

Nivel	Definición
Competitividad con los resultados	La capacidad de un país de enfrentar la competencia a nivel mundial. Contempla además la capacidad de exportar hacia mercados externos.
Competitividad con la contribución	La capacidad de producir, distribuir y proveer el servicio de los bienes en la economía internacional en competencia con los bienes y servicios producidos en otros países, de forma que aumente el nivel de vida.
Competitividad como el desarrollo de una eficiencia superior	Considera elementos de productividad, eficiencia y rentabilidad como medio para el alcance de mejores niveles de vida y un mayor bienestar social.

Fuente: tomado de Castellanos et al. (2014, p. 252).

Existen varios modelos respecto a la competitividad turística, algunos de ellos se resumen en la Tabla 3.

Tabla 3. Modelos referentes a la competitividad turística

Modelo	Descripción
Modelo de competitividad de Porter	Es una herramienta de análisis que permite determinar de qué manera una empresa puede constituir una ventaja competitiva por medio de cinco factores.
El modelo de competitividad del Fondo Económico Mundial	"Identifica la competitividad de un país con la habilidad de éste para crear y sostener a largo plazo un valor económico añadido en relación con sus competidores" (Sancho, 1998, p. 209).
El modelo de competitividad e innovación	Menciona que en las últimas décadas los países desarrollados implementan la innovación para obtener una ventaja competitiva, con el fin de aumentar el crecimiento económico de una manera sostenible, partiendo de la creación de nuevos productos, procesos y servicios con el ánimo de incrementar el valor existente.
Modelo del World Competitiveness Center (WCC) del Institute for Management and Development (IMD)	Para este modelo un ambiente competitivo es aquél que se crea en las empresas junto con el bienestar. Para este modelo es importante la intervención del Estado en las decisiones económicas de los países cuyo eje fundamental es la educación y la investigación.
Modelo del ISC de la Universidad de Harvard y el World Economic Forum – WEF	Los pilares de la competitividad están relacionados con "la salud, educación en todos los eslabones, eficiencia en el desarrollo del trabajo, apoyo financiero, implementación de tecnología, crecimiento del mercado y la innovación".
Modelo del Sistema Internacional Integrado de la Competitividad en Destinos Turísticos (SIIC)	Integrado por "cinco factores y sus interrelaciones en el sistema turístico: los dos primeros, la masa crítica y la naturaleza de la demanda, tienen las características de crear condiciones básicas para el desarrollo del clúster. Estos ofrecen una configuración de partida para la planificación estratégica del mismo" (Ayala et al., 2018, p. 53).
Modelo de recursos de Crouch y Ritchie (1999)	La competitividad dependerá fundamentalmente de los recursos y factores básicos y de soporte, además de la existencia de una dirección del destino, elemento clave para mantener una ventaja competitiva sostenible (Ayala et al., 2018, p. 49).

Fuente: elaboración propia a partir de Castellanos et al. (2014, p. 257).

El turismo como elemento de competitividad de una región

Según Clavijo et al. (2011), citado por Constanza-Tiuzó (2016, p. 165) "el turismo es el tercer sector más importante a nivel mundial, contribuyendo directamente con un 5% del PIB global (9%, sumando aportes indirectos); asimismo, se estima que aproximadamente 250 millones de personas trabajan en este sector, es decir 1 de cada 12 trabajadores en el mundo".

Por otra parte, la competitividad de los destinos turísticos se define como la "función atractiva del destino, su gestión, organización, información y eficiencia. Su atractivo depende de los implicados y disuadores presentes, y su gestión depende de los esfuerzos de mercadeo y gerencia" (Castellanos et al., 2014, p. 255). Adicionalmente, Ritchie y Crouch (2003, p. 23), citados por Ayala et al. (2018, p. 49) definen la competitividad de los destinos turísticos como "la capacidad para incrementar el gasto turístico, para atraer visitantes de forma creciente, a la

vez que se les proporciona experiencias satisfactorias y se realiza de una forma beneficiosa, mientras que se garantiza el bienestar de la población residente y se preserva el capital natural del destino para las generaciones futuras".

En las Tablas 4, 5 y 6 se resumen los autores y los estudios más relevantes en cuanto a la competitividad turística, con énfasis en la competitividad, en la calidad del servicio y en el impacto (respectivamente).

Tres estudios específicos evidencian la importancia de la calidad del servicio y resaltan el papel de los índices de gestión y la diversidad de recursos turísticos como ejes fundamentales para evaluar la competitividad turística (Tabla 5).

Los autores referenciados en la Tabla 4 coinciden en que se deben establecer cuatro pilares para que un destino turístico sea competitivo: mejora de la prosperidad a largo plazo, maximización de la satisfacción de los clientes, la rentabilidad de las empresas locales y optimización de los recursos y los impactos turísticos. Otros autores como Müller

Tabla 4. Estudios de competitividad turística (énfasis en la competitividad)

Autor	Descripción
Kozak y Andreu (2006)	El objetivo primordial de esta investigación es evaluar el progreso del marketing en los destinos turísticos y empresas individuales.
Berki y Gonda (2006)	En este trabajo se realiza una investigación del posicionamiento en el mercado de las ciudades que poseen calidad en atractivos turísticos. Se tiene en cuenta el flujo de huéspedes y se realiza un análisis de la calidad y capacidad en el servicio de alojamiento como estrategia crucial para la evaluación de la ventaja competitiva.
Bagarić y Žitinić (2013)	En este estudio los autores resaltan la importancia de la calidad de la prestación de los servicios turísticos como eje fundamental para el crecimiento de la competitividad. Se desarrolla el modelo integrado de competitividad de destino, tomando 85 indicadores como base para realizar la medición. Como conclusión diagnostican que los puntos débiles de la competitividad son los índices de gestión, puesto que los centros turísticos no cumplen las normas establecidas. Por otra parte, el punto fuerte es la diversidad de los recursos turísticos.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Estudios de competitividad turística (énfasis en la calidad del servicio)

Autor	Descripción
Chen (2013)	En esta investigación se describe el crecimiento que ha presentado el turismo en los últimos años. Se evidencia la exigencia por parte de los turistas a la hora de servicio de alojamiento, mostrando que la calidad del servicio es un eje fundamental para el crecimiento económico de los hoteles.
Firgo y Fritz (2017)	Para esta investigación se aplica el modelo de Richie Crouch: se evalúa la competitividad mediante indicadores de sostenibilidad, se unificaron los factores de sostenibilidad y el modelo TDC y se analizaron los indicadores más relevantes para definir la sostenibilidad.
Andrades-Caldito et al. (2014)	Este estudio tiene como objetivo realizar un análisis de la competitividad de los destinos turísticos desde el punto de vista de la demanda. Se aplicó el modelo estructural para los destinos turísticos, basado específicamente en enfoques teóricos. Este modelo ofrece una explicación sobre los atributos que ofrecen los destinos turísticos midiendo los gastos de nivel del destino, y evalúa la demanda y percepciones de los turistas frente a los atributos y beneficios que ofrecen los destinos turísticos.

Fuente: elaboración propia.

(1994) y Hunter (1995), citados por Firgo y Fritz (2017, p. 376) reconocen que “la competitividad de los destinos turísticos debe contener un equilibrio entre la satisfacción de los clientes, bienestar, salud, economía, recursos naturales y una vida saludable” (Tabla 6)

El estudio publicado por Alberca y Parte (2013) realizó un análisis de la ‘eficiencia nacional y regional’ de los hoteles españoles. Se aplicó una metodología DEA por medio de la cual se evaluaron diversas características y niveles de productividad y competitividad durante los años 2001-2008. La metodología empleada evalúa los diferentes niveles de productividad, así como la dirección y la gestión empresarial de las organizaciones, especialmente del sector hotelero.

Ibáñez (2011) analiza el nivel de productividad y competitividad de los servicios turísticos mexicanos con el fin de proponer alternativas para mejorar el posicionamiento. Se resaltan los aspectos que limitan el crecimiento de la competitividad de los servicios en México: la “estructura política y económica inestable, la insuficiente promoción de programas e información detallada sobre financiamiento, capacitación y calidad en los servicios turísticos, entre otros” (p. 122).

Por su parte, el estudio realizado por Narváez y Fernández (2009) analiza algunos indicadores de competitividad como la cantidad de visitantes, los aportes generados a nivel local y contribución a la prosperidad económica e inversión en este sector. El resultado encontrado es que aún falta más

Tabla 6. Estudios de competitividad turística (énfasis en el impacto)

Autor	Descripción
Fan y Ge (2013)	Este estudio muestra que el turismo deportivo tiene implicaciones a largo alcance y puede generar economía de turismo.
Webster y Ivanov (2014)	Con esta investigación se quiere verificar si la competitividad del destino turístico contribuye positivamente al bienestar económico de la población donde se desarrolle. Dentro de los resultados se muestra que no hay una relación significativa entre la competitividad de un destino y su contribución al crecimiento económico, así estos destinos turísticos sean realmente atractivos para los visitantes.
Della Corte y Aria (2016)	Esta investigación muestra la competencia como elemento fundamental para el comportamiento competitivo entre pymes de turismo.
Timur y Getz (2009)	Los autores examinan el concepto de desarrollo sostenible de los destinos turísticos urbanos en tres grupos: la industria, el gobierno y el turismo sostenible.
Mendola y Volo (2017)	En esta investigación se muestran los indicadores de competitividad como una herramienta útil para hacer una evaluación de los índices de competitividad de los destinos turísticos.
Pejanović et al. (2015)	Este trabajo implementó el modelo de competitividad de Porter (de diamante). Se determinaron las ventajas y desventajas de las zonas rurales de la región turística.

Fuente: elaboración propia.

compromiso por parte del Estado para mejorar el servicio turístico, ya que se cuenta con recursos naturales pueden ser de interés, lo que podría incrementar la competitividad del sector.

Igualmente, en la investigación de Urrutia de la Garza y Cuevas (2016) muestra la cooperación y relación que existe entre las pequeñas y medianas empresas (Pymes se muestra la integración entre las pequeñas y las medianas empresas en el sector turístico mexicano. Se presentan las relaciones existentes entre los diversos actores que integran la competitividad, y se menciona que las empresas deberán trabajar más en ‘cooperación, coordinación e incremento de información’ involucrando diferentes actores como ‘clientes, estado y empresa privada’ (Bolaky, 2011).

Guzmán et al. (2016) realizaron un estudio en los países que conforman la Alianza del Pacífico para identificar el comportamiento del sector turismo (en especial el de vacaciones y la ocupación por trabajo) a través de la demanda durante el periodo 1999-2013. Se encontró que el emprendimiento, la experiencia y el conocimiento son ejes fundamentales para que el sector turístico de estos países presente un mayor incremento en cuanto a la competitividad.

En Colombia, Polanco (2011) analiza el flujo de información entre dos actores de las redes oriental y suroriente del departamento de Antioquia; el fin de

este estudio fue realizar un análisis de redes sociales y una comparación entre las dos subregiones. Se hizo énfasis en la falta de gobernanza para que el sector turístico genere más productividad y competitividad. Por otro lado, Zúñiga y Castillo (2012) realizaron una revisión de estudios y publicaciones que se han realizado en Colombia en el periodo de 2007-2011, y destacan que son pocas las investigaciones y publicaciones que se han reportado internacionalmente. También plantean que Colombia urge de políticas públicas de desarrollo para el sector turístico como herramienta fundamental para el crecimiento social y económico del país, y plantean que hay una necesidad urgente de vincular actores como “el sector público, el sector privado y la comunidad, además de la participación de las universidades y centros de investigación” (p. 71).

En el departamento de Boyacá se desarrolló el estudio de Casas (2015) que analizó la competitividad regional del municipio de Villa de Leyva como destino turístico a nivel nacional e internacional, aplicando la metodología de Porter. Se menciona la firma del convenio de Competitividad Turística Departamento de Boyacá, en el año 2009. En este convenio, que busca una planeación concertada entre el sector público y privado, se fijó como visión: “Para el año 2025 Boyacá estará dentro de los diez principales destinos ecoturísticos y culturales reconocidos a nivel latinoamericano” (p. 37).

Sostenibilidad turística

Aparte de la rentabilidad económica que deben tener las empresas turísticas o Micropymes de turismo, también es necesario que tengan viabilidad en otras esferas o ámbitos para buscar su permanencia en el tiempo. Es por esto que se acuñó el término de sostenibilidad turística desde la Agenda XXI de la “Cumbre de la Tierra” en 1992 (OMT, 1999). Autores como Timur y Getz (2009), mencionan que el turismo sostenible abarca cuatro dimensiones (económica, ecológica, social y cultural) que ayudan a garantizar el desarrollo económico eficiente con el fin de que las generaciones futuras puedan aprovechar los recursos. Adicionalmente, la OMT plantea que el turismo sostenible es aquel que se orienta a “satisfacer las necesidades de los turistas actuales, generando ingresos y bienestar social, garantizando del mismo modo los recursos naturales” (OMT, 1999, p. 22).

De igual manera, la OMT promueve dentro de los principios fundamentales del desarrollo turístico: 1) la sostenibilidad ecológica, haciendo el desarrollo compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos; 2) la sostenibilidad social y cultural con el autocontrol de los hombres sobre sus propias vidas, puesto que el turismo es compatible con la cultura y los valores de las personas involucradas, de modo que se mantenga la identidad y fortaleza de la comunidad; 3) el principio económico buscando garantizar la equidad en la distribución de los ingresos en todos los actores participantes en

el desarrollo adecuado de la actividad turística, el progreso e inversión de manera justa para obtener beneficios en el sector público, privado y social. Las prácticas sostenibles del turismo se dan por hecho en el caso de las actividades relacionadas con el turismo rural en modalidades como el (ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura). No obstante, en la actualidad la sostenibilidad se establece como un principio transversal a cualquier práctica relacionada con la actividad turística (OMT, 1999).

Desde el contexto internacional se reflejan varias iniciativas de sostenibilidad turística. La certificación es un mecanismo para atraer nuevos clientes y para demostrar el cumplimiento de un turismo responsable y competitivo. Font y Harrys (2004) analizan los programas Green Globe 21 (GG21), Certificate of Sustainable Tourism (CST), Green Deal (GD), Smart Voyager (SV) y Fair Trade Tourism in South Africa (FTTSA) en la sostenibilidad turística (Tabla 7).

También se destacan estudios de sostenibilidad en el sector turístico, como el de Glyptou et al. (2014), en el que se aplican varias herramientas para la evaluación de la sostenibilidad del turismo, especialmente el impacto de los visitantes y la disponibilidad y la calidad de los recursos naturales de alojamiento. Los autores además plantean la importancia de realizar un proceso de evaluación donde se integren los indicadores económicos, sociales y ambientales. Por otra parte, Pechlaner et al. (2014) plantean que la competitividad del destino sostenible depende de unas estrategias en los procesos

Tabla 7. Programas de sostenibilidad turística en el contexto internacional

Programa de sostenibilidad	Descripción
Green Globe 21	Es un estándar internacional, avalado por las Naciones Unidas y aplicable a empresas, actividades y destinos turísticos alrededor del mundo. Sus programas incluyen <i>benchmarking</i> seguido por la certificación.
Certificate of Sustainable Tourism (CST)	Tiene como objetivo categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se acerca a un modelo de sostenibilidad por medio del manejo de los recursos naturales, culturales y sociales.
Green Deal (GD)	Asociación Alianza Verde (Guatemala). Se basa en la metodología de desempeño y está enfocada al quehacer del sector en la temática ambiental, sociocultural y económica.
Smart Voyager (SV)	El objetivo de la norma es suministrar parámetros de desempeño social, ambiental y buenas prácticas de manejo a la operación turística
Fair Trade Tourism in South Africa (FTTSA)	Es una iniciativa independiente y no lucrativa establecida por la Oficina de Suráfrica de la International Union for Conservation of Nature (IUCN)

Fuente: adaptado de Font y Harrys (2004).

y las estructuras eficientes, por lo que involucran la gobernanza de los destinos turísticos como requisito indispensable para la sostenibilidad, sin dejar de lado el factor humano, la motivación y el liderazgo para generar un crecimiento en el sector turístico. El estudio de Gössling et al. (2012) destaca la importancia de involucrar los actores académicos, políticos y la industria para lograr una mayor sostenibilidad y plantea la necesidad de mezclar todos los niveles de los actores participantes, de modo que trabajen conjuntamente para alcanzar los objetivos de la sostenibilidad. Estos autores también resaltan la importancia de implementar unas políticas claras de turismo sostenible. Por último, Luisa et al. (2013) hacen énfasis en la evaluación de la sostenibilidad involucrando resultados socioambientales y mencionan que se requiere un enfoque sistémico para involucrar los actores internos y externos en el sector turístico.

Conclusiones

La competitividad turística es un indicador importante para evaluar qué tan rentable es el sector turístico en un país. En el caso colombiano se evidencian políticas y estrategias que persiguen este objetivo pero que en muchos casos son omitidas por las entidades gubernamentales.

En cuanto a la sostenibilidad turística es importante ver a este nuevo enfoque teórico como herramienta clave para el crecimiento económico. En el caso de colombiano y gracias a las exigencias mundiales es primordial el trabajo que se está desarrollando con los establecimientos turísticos con en fin de mejorar la calidad y prestación del servicio.

Contribución de autoría. Serrano-Amado, A.-M.: revisión documental, análisis de la información, construcción de documento y ajustes de los evaluadores. Cazáres, I.: construcción de documento. Montoya-Restrepo, L.-A.: construcción del documento, redacción y ajustes de los revisores.

Conflicto de intereses. El manuscrito fue preparado y revisado con la participación de los autores, quienes declaran no tener algún conflicto de interés que ponga en riesgo la validez de los resultados aquí presentados.

Bibliografía

- Alberca, P., Parte, L., 2013. Evaluación de la eficiencia y la productividad en el sector hotelero español: un análisis regional. *Invest. Eur. Direc. Econ. Empr.* 19, 102-111. DOI: 10.1016/j.iedee.2012.10.004
- Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M., Pulido-Fernández, J., 2014. Tourism destination competitiveness from a demand point of view: An empirical analysis for Andalusia. *Tour. Anal.* 19, 425-440. DOI: 10.3727/108354214X14090817031035
- Anzola, M., Pérez, B., Riveros, M., Sánchez, C., 2014. Plan sectorial de turismo 2014-2018: "Turismo para la construcción de la paz". Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Departamento Nacional de Planeación. Bogotá
- Ayala, G., Manzanares, S., Ordóñez, C., 2018. Diseño de un modelo sostenible de parques recreativos acuáticos para el Instituto Salvadoreño de Turismo. Tesis de pregrado. Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Universidad de El Salvador, San Salvador.
- Bagarić, L., Žitinić, D., 2013. Competitiveness of kvarner region: challenges for destination management and branding. *Tour. Hosp. Manag.* 19, 217-231.
- Berki, M., Gonda, T., 2006. Positioning of urban scenes of cultural tourism in Hungary. *Foldr. Ert.* 55, 127-140.
- Bolaky, B., 2011. La competitividad del turismo en el Caribe. *Rev. Cepal* 104, 55-79.
- Bravo, A., Pérez, B., 2009. Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial. Documento de política. Ministerio de Comercio, Industria y Comercio, Bogotá
- Casas, E., 2015. Determinantes de la competitividad de un destino turístico: caso Villa de Leyva. *Vis. Empres.* 1, 30-48. DOI: 10.24267/24629898.91
- Castellanos, C., Hernández, Y., Castellanos, J., Compos, L., 2014. La competitividad del destino turístico Villa Clara, Cuba: identificación de sus factores determinantes mediante análisis estructural (MIC-MAC). *Estud. Perspect. Tur.* 23, 250-277.
- Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), 2018. Estadística nacional - empleo hoteles. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_hoteles_empleo/var_12m/30?t=; consultado: noviembre de 2017.
- Chen, W.-J., 2013. Factors influencing internal service quality at international tourist hotels. *Int. J. Hosp. Manag.* 35, 152-160. DOI: 10.1016/j.ijhm.2013.06.004
- Constanza-Tiuzó, S., 2015. Generación de ventaja competitiva a través del diseño de estrategias para la integración de los actores del sector turístico en la provincia de sugamuxi. In *Vestigium Ire* 8, 158-179.
- Cuervo, A., 1993. El papel de la empresa en la competitividad. *Pap. Econ. Esp.* 56, 363-378.

- Della, V., Aria, M., 2016. Coopetition and sustainable competitive advantage. The case of tourist destinations. *Tour. Manag.* 54, 524-540. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.12.009
- Departamento Nacional de Planeación (DNP), 2008. Documento CONPES 3527, Política nacional de competitividad y productividad. Bogotá.
- Fan, J., Ge, M., 2013. Impact study of the major sports events, the life cycle of tourist destinations and the competitiveness of urban tourism. *J. Appl. Sci.* 13, 4580-4584. DOI: 10.3923/jas.2013.4580.4584
- Firgo, M., Fritz, O., 2017. Does having the right visitor mix do the job? Applying an econometric shift-share model to regional tourism developments. *Ann. Regional Sci.* 58, 469-490. DOI: 10.1007/s00168-016-0803-4
- Font, X., Harris, C., 2004. Rethinking standards from green to sustainable. *Ann. Tour. Res.* 31, 986-1007. DOI: 10.1016/j.annals.2004.04.001
- Glyptou, K., Paravantis, J., Papatheodorou, A., Spilanis, I., 2014. Tourism sustainability methodologies: a critical assessment. En: *Memorias, IISA 2014 y 5th International Conference on Information, Intelligence, Systems and Applications. IEEE, Chania, Greece.* pp. 182-187. DOI: 10.1109/IISA.2014.6878832
- González, R., Mendieta, M., 2009. Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuad. Tur.* 23, 111-128.
- Gössling, S., Hall, C., Ekström, F., Engeset, A., Aall, C., 2012. Transition management: a tool for implementing sustainable tourism scenarios? *J. Sust. Tour.* 20, 899-916. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.699062>
- Guzmán, F., Cuervo, H., Ibarra, A., 2016. La innovación en el sector turismo como ventaja comparativa entre los países GEM de la Alianza del Pacífico. *Revista ESPACIOS* 37, disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a16v37n08/16370822.html>; consultado: noviembre de 2017.
- Hassan, S., 2000. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *J. Travel Res.* 38, 239-245. DOI: 10.1177/004728750003800305
- Ibáñez, R., 2011. Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México. *Cuad. Tur.* 28, 121-143.
- Icontec, 2006. Norma Técnica NTS-TS sectorial colombiana: establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad. Bogotá
- Kozak, M., Andreu, L. (Eds.), 2006. *Progress in tourism marketing.* Routledge, Londres. 326 p. DOI: 10.4324/9780080480480
- Labarca, N., 2007. Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia* 13, 158-184.
- Lizcano, J., 2013. Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Rev. Le Bret* 5, 271-291. DOI: 10.15332/rl.v0i5.833
- Luisa, P.-M., Terry, B., Roderick, D., Andrea, R., Max, F., Jonathon, H., 2013. Developing a sustainability assessment tool for socio-environmental systems: A case study of systems simulation and participatory modelling. En: *Memorias, 1st International Workshop on Simulation for Energy, Sustainable Development & Environment, SESDE 2013. Athens, Greece.* pp. 83-91.
- Luna, J., 2005. Implantación de un sistema de Gestión en procesos sostenibles para organizaciones turísticas de la región del Valle de Tenza, Boyacá, Colombia. Caso de sistematización. En: *García, M. (Comp.), Memorias, VIII Congreso de la Sociedad de Investigadores en Turismo: El turismo y su relación con la comunidad local: el desafío de la sustentabilidad.* pp. 249-263.
- Mendola, D., Volo, S., 2017. Building composite indicators in tourism studies: measurements and applications in tourism destination competitiveness. *Tour. Manage.* 59, 541-553. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.08.011
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), 2008. Política Nacional de Turismo- Plan Sectorial de Turismo 2008-2010: "Colombia, destino turístico de clase mundial". Bogotá.
- Narváez, M., Fernández, G., 2009. Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad: un análisis aplicado a la península de Paraguaná. *Rev. Venez. Anál. Coyunt.* 15, 101-119.
- Organización Mundial del Turismo (OMT), 1999. *Desarrollo turístico sostenible: guía para administraciones locales.* Madrid. 221 p.
- Organización Mundial del Turismo (OMT), 2017a. Turismo internacional - 2017 presenta los mejores resultados semestrales de los últimos siete años. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-09-08/turismo-internacional-2017-presenta-los-mejores-resultados-semestrales-de-l>; consultado: diciembre de 2017.
- Organización Mundial del Turismo (OMT), 2017b. *Tourism and the sustainable development goals – journey to 2030.* Ginebra, Suiza.
- Pechlaner, H., Kozak, M., Volgger, M., 2014. Destination leadership: a new paradigm for tourist destinations? *Tour. Rev.* 69, 1-9. DOI: 10.1108/TR-09-2013-0053
- Pejanović, R., Demirović, D., Glavaš-Trbić, D., Maksimović, G., Tomaš-Simin, M., 2015. Clusters as a factor of competitiveness of rural tourism destinations in the Danube region of the Republic of Serbia. *Tour. Econ.* 23, 475-482. DOI: 10.5367/te.2015.0509
- Polanco, J., 2011. Determinantes de un sistema organizacional en red para el desarrollo rural del turismo en Antioquia (Colombia). *Cuad. Desarro. Rural* 8, 251-274.

- Pulido, J., Sánchez, M., 2010. Competitividad *versus* crecimiento en destinos turísticos. Un análisis mediante técnicas multivariantes. Cuad. Econ. 33, 159-181. DOI: 10.1016/S0210-0266(10)70061-3
- Restrepo, L., 2004. Interpretando a Porter. Colección Textos de Administración y Negocios. Editorial Universidad del Rosario, Bogotá.
- Sancho, A. 1998. Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- Tapias, H., 2005. Capacidades tecnológicas: elemento estratégico de la competitividad. Rev. Fac. Ing. 33, 97-119.
- Timur, S., Getz, D., 2009. Sustainable tourism development: how do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? Sust. Devel. 17, 220-232. DOI: 10.1002/sd.384
- Urrutia de la Garza, J., Cuevas, T., 2016. Redes empresariales en el sector turismo y servicios para la mejora de competitividad en Ciudad Juárez, Chihuahua, México: caso Parque Central Hermanos Escobar y PYMES aledañas. Cuad. Tur. 37, 421-436. DOI: 10.6018/turismo.37.256331
- Webster, C., Ivanov, S., 2014. Transforming competitiveness into economic benefits: does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? Tour. Manage. 40, 137-140. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.06.003
- Zúñiga, A., Castillo, M., 2012. Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010). Mag. Empres. 8, 67-73. DOI: 10.21774/mgz.v8i15.77