

Competitividad de los recursos turísticos: una propuesta de indicadores para su medición en la región Caribe colombiana

Competitiveness of tourist resources: a proposal of indicators for its measurement in the colombian Caribbean region

TATIANA MERCADO COVO¹
ANDRÉS VILORIA SEQUEDA²
LARITSA MERCADO COVO³

-
- 1 Corporación Universitaria CECAR, Tatiana.mercado@cecar.edu.co
 - 2 Corporación Universitaria CECAR, Andres.Viloria@cecar.edu.co
 - 3 Institución Universitaria ITSA, lmercadoc@itsa.edu.co

Fecha de recepción: Agosto 2018
Fecha de aceptación: Octubre 2019



Resumen

Se analizan recursos y atractivos turísticos de dos municipios en el Caribe colombiano con base en la creación de un indicador denominado Nivel de Competitividad de los Recursos Turísticos (NCRT). Para ello se identificaron y validaron las variables más relevantes en competitividad, empleando el Proceso de Análisis Jerárquico (AHP) y análisis estructural mediante Matriz de Impactos Cruzados (MICMAC). Se confirmó bajo nivel general de competitividad, con marcadas debilidades en Innovación y Gestión Empresarial. La variable Recursos Humanos evidenció mayor nivel de independencia con respecto al conjunto de variables. Las variables Localización y Costos demostraron mejor desempeño relativo en ambos municipios.

Palabras claves: competitividad, recursos turísticos, destinos turísticos, indicadores .

Abstract

This study analyzes the resources and tourist attractions of two municipalities in the Colombian Caribbean, based on creation of an indicator called Tourism Resource Competitiveness Level (NCRT). For this, the most relevant variables in competitiveness were identified and validated, using the Hierarchical Analysis Process (AHP) and structural analysis using the Cross Impact Matrix (MICMAC). Low level of competitiveness was confirmed, with marked weaknesses in Innovation and Business Management. The Human Resources variable showed a higher level of independence with respect to the set of variables. The variables Location and Costs showed better relative performance in both municipalities.

Key words: competitiveness, tourism resources, tourist destinations, indicators.

JEL Codes: O10, O18

1. Introducción y estado de la cuestión

La industria turística ha experimentado, durante las últimas seis décadas, significativo crecimiento y visibles transformaciones que han llegado a posicionarla entre los sectores más importantes de la economía a nivel global (Organización Mundial del Turismo, 2014). En años recientes, el turismo mundial ha llegado a contribuir con cerca del 10% del PIB y con la generación de 1 de cada 10 puestos de trabajo (OMT, 2017). Así, el incremento del número de destinos que se han abierto al turismo y sus inversiones se han reflejado en emprendimiento, en generación de ingresos de exportación y en la ejecución de infraestructuras.

Dada su relevancia, el estudio sistemático del turismo y la permanente revisión de sus dinámicas junto a la adecuación de sus instrumentos, constituye una actividad clave en el marco del desarrollo de los países. Así, existen diversas perspectivas desde las cuales el turismo es definido y analizado. La Organización Mundial del Turismo (OMT), por ejemplo, lo define como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con los movimientos de las personas a lugares que se encuentran fuera de la ubicación de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales (OMT, 2007). A su vez, De la Torre (1980) restringe el concepto de turismo a un fenómeno social, consistente en el desplazamiento voluntario y por un periodo de tiempo, de individuos o grupos de ellos, que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro sin realizar ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando interrelaciones de importancia social, económica y cultural. Este autor sostiene, a diferencia de la OMT, que el traslado con motivos de negocios o profesionales con fines onerosos no debe ser considerado turismo.

Es importante destacar que el concepto formal de turismo no se ha desarrollado de forma aislada; de la mano con las exigencias del desarrollo ha asimilado, entre otros, elementos de sostenibilidad. Es así como la acepción de turismo sostenible incorpora la satisfacción de las necesidades de los turistas actuales y las regiones anfitrionas, teniendo en cuenta la protección y mejora de oportunidades futuras, enfocándose en la gestión de todos los recursos de manera tal que cumplan las necesidades económicas, sociales y estéticas. Esto, en un marco de respeto a la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida (OMT, 1993; citado por Gobierno de Aragón, 2005). El desarrollo sostenible más que una moda, tendencia o forma de pensar, se ha enfocado en las problemáticas globales más urgentes, como el calentamiento global y desastres naturales, el deshielo de los polos o la pérdida cada vez mayor de especies de flora o fauna —y no precisamente por voluntad de los gobiernos a nivel mundial— pero afortunadamente la sociedad se ha concientizado sobre estos aspectos y está brindando la importancia que merecen (Villarraga, 2017).

En Colombia, en los últimos años, se han realizado apuestas por destinos turísticos sostenibles, considerándolas una herramienta importante para conseguir el desarrollo económico y social, sin dejar de lado el medio ambiente y la protección de valores socioculturales. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), a través de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible ha realizado diferentes propuestas, tomando aspectos como: calidad turística, desarrollo regional, relaciones internacionales, seguridad turística, cultura turística, guías turísticas y programas de turismo comunitario. Asimismo, el MINCIT ha establecido los denominados grandes pilares para el desarrollo de la estrategia de los corredores turísticos: competitividad de las regiones; turismo educado y capacitado; seguridad; turismo responsable, formal y con reglas claras; de calidad; con mayor infraestructura y en paz.

1.1 Conceptualización de la competitividad turística

Puccio (1985) señala que la competitividad tiene dos niveles, uno interno y otro externo. La competitividad interna es la capacidad de las organizaciones para lograr el máximo rendimiento de sus recursos disponibles y los procesos de transformación. Requiere de auto-superación o mejoras continuas en la producción de bienes y servicios turísticos. La competitividad externa se da a nivel de las organizaciones y los territorios y se orienta a la consecución de logros en el contexto del mercado y luego a mantener en el tiempo la competitividad. Dichos logros se basan en generar nuevas ideas y productos turísticos, como también en la búsqueda de nuevas oportunidades de mercadeo.

Por su parte, Hassan (2000) —uno de los pioneros en temas de competitividad turística— define en su escrito sobre los determinantes de la competitividad de los destinos turísticos, que la competitividad radica en la cadena de valor, y que en la medida en que los destinos implementen estrategias encaminadas a la sostenibilidad, podrán experimentar mayores crecimientos. Para este autor, la competitividad consiste en la capacidad del destino turístico para crear e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos. Esto, a la vez que mantienen su posición en el mercado con respecto a sus competidores.

Posteriormente Villareal (2003; citado por Narváez y Fernández, 2009) aportó una definición genérica de la competitividad como el grado en que un país puede —bajo condiciones de libre mercado y justa competencia— producir bienes que superen los retos de los mercados internacionales y, a la vez, mantener o expandir los ingresos reales de la población en el largo plazo.

Cabe destacar que autores como Ritchie y Crouch (2003) enfatizan los vínculos entre competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos afirmando que éstos deben

ser sostenibles no solo económicamente, sino también social, cultural, ecológica y políticamente para una genuina competitividad.

Por su parte el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR, 2018) define la competitividad como la capacidad que tiene un destino para introducirse en los mercados de manera sostenible, a través de la participación de los actores tanto públicos como privados y la creación de productos que se diferencien por su alta calidad, innovación y atracción, otorgándole experiencias positivas y alto valor agregado al turista y visitantes. Se podría decir, adicionalmente desde esta acepción, que la competitividad del destino se construye a partir de la planificación y gestión estratégica de las ventajas comparativas y competitivas, de tal manera que se potencie el desarrollo socioeconómico y se tenga en cuenta la conservación tanto los recursos culturales y sociales, como los servicios ecosistémicos del destino.

1.2 Modelos y medición de la competitividad turística

A continuación se describen sucintamente algunos de los modelos de competitividad más influyentes de la literatura especializada en el estudio de la actividad turística, como también aquellos desarrollados y aplicados en el ámbito nacional en Colombia.

■ Modelo de competitividad para destinos de larga distancia de Ritchie y Crouch (2003)

Estos autores son considerados pioneros en el desarrollo de modelos de competitividad. Su propuesta se fundamenta en la ventaja comparativa y competitiva, y también consideran los recursos, su uso y gestión, para transformarlos en productos diferenciales del destino en el largo plazo. Para establecer la ventaja comparativa del destino tienen en cuenta: recursos humanos, recursos físicos, conocimiento de los recursos, disponibilidad de capital, infraestructura turística, recursos históricos y culturales, y tamaño de la economía. Para establecer la ventaja competitiva analizan la capacidad de utilizar esos recursos de manera eficaz a largo plazo, a lo que denominan recursos desplegados, conformados por auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo y eficiencia y eficacia.

Al modelo original se agregaron mejoras posteriores que incluían, entre otros aspectos, la sostenibilidad, llegando a considerar cinco grupos de factores explicativos de la competitividad de destinos turísticos, a saber: factores y recursos soportes, recursos y atractores básicos; dirección del destino; políticas, planificación y desarrollo del destino; determinantes limitadores y amplificadores.

■ Modelo integrado de integrado de Dwyer y Kim (2003)

Sobre la base de los aportes de Crouch y Ritchie (1999), Dwyer y Kim (2003) proponen un modelo de competitividad de destino que permite comparaciones entre países y entre las industrias del sector turístico. Dicho modelo busca identificar los elementos de la competitividad más relevantes en la literatura general, reconociendo a la vez los problemas especiales que participan en la exploración de la noción de competitividad del destino. Este trabajo incluye, además, un conjunto de indicadores de competitividad que abarcan medidas objetivas y subjetivas identificadas a partir de los elementos principales del modelo, compuesto por tres grandes grupos de factores: el primero corresponde a los recursos; el segundo al entorno, la gestión y las condiciones de la demanda; y el tercero es la síntesis de la competitividad del destino (Jiménez y Aquino, 2012).

En el primer grupo —los recursos— se divide en dos categorías. La primera, esto es, recursos básicos, pueden ser creados (naturales o culturales) o heredados (eventos especiales, tiendas, alojamiento, etc.). La segunda; los recursos de apoyo, está referida a la accesibilidad, calidad del servicio, hospitalidad y nexos del mercado.

El segundo grupo de factores —condiciones relacionales con el entorno— puede ejercer influencia positiva o negativa en la competitividad del destino, comprendiendo tanto al entorno general como al microentorno competitivo. Éste último relacionado con las capacidades y estrategias empresariales, y con la estructura y rivalidad de la industria. Por su parte, la gestión y las condiciones de la demanda, son el conjunto de actividades encaminadas a fortalecer el poder de atracción de los recursos, reforzar la calidad y efectividad de los factores de soporte y adaptarlos mejor a diferentes condiciones; comprende actuaciones en materia de planificación y desarrollo, mercadotécnica, recursos humanos y gestión ambiental. En referente a las condiciones de la demanda, hacen alusión a la imagen percibida y a las preferencias que los turistas tienen del destino (Jiménez & Aquino, 2012). El tercer grupo de factores se enfoca a la competitividad del destino, resultante de la interacción de los elementos anteriores y se relaciona con el bienestar regional y nacional, y con la prosperidad económica de los habitantes de la zona.

■ Modelo de competitividad del CPTUR

El modelo del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR) se basa en los recursos disponibles del destino. Propone, mide y analiza ciento cuatro indicadores, divididos en ocho criterios para ser utilizados en 23 departamentos del país; dichos indicadores no fueron aplicados en el departamento de Sucre por carencia de información oficial.

Los ocho criterios que se tuvieron en cuenta fueron: Cultural (ocho indicadores), Ambiental (catorce indicadores), Social (once indicadores), Económico (trece indicadores), Empresarial (once indicadores), Infraestructura (veintidós indicadores), Gestión de destino (dieciocho indicadores), Estrategia de mercado (seis indicadores). La investigación del CPTUR se organizó en tres niveles: indicadores, criterio e índice. Permitió el análisis de la información desde la variable hasta la calificación final. Los indicadores fueron establecidos mediante el procesamiento de variables obtenidas a partir de las autoridades turísticas de los departamentos y municipios analizados, así como entes nacionales vinculados con el turismo en Colombia.

■ Sistema de indicadores de turismo sostenible para los municipios de Tolú y Coveñas

Villarraga (2017) basó su modelo en cuatro grandes grupos de indicadores teniendo en cuenta los pilares fundamentales para el turismo sostenible: económico, ambiental, sociocultural, y agregando como cuarto pilar la gestión de sostenibilidad. Cada una de estas subdivisiones incluye variables de sostenibilidad que son resultado del levantamiento de información priorizado en actores locales de los municipios de Tolú y Coveñas.

Cada variable cuenta con criterios y cuestiones clave, donde se detallan los indicadores de turismo sostenible, establecidos con base en la Guía de Indicadores de Desarrollo Sostenible para los destinos turísticos establecida por la OMT. Define que se seleccionaron aquellos indicadores cuyos datos básicos hacen parte de la información medida por las fuentes de datos, o que son posibles de medir haciendo un esfuerzo básico. Para el proceso de identificación de variables el autor tuvo en cuenta las Normas Técnicas Sectoriales- Turismo Sostenible, tanto las consideradas para destinos turísticos (NTS-TS-001-1) como para destinos turísticos de playa (NTS-TS-001-2). En ellas se encuentran establecidos los requerimientos necesarios para certificar como sostenible un destino.

■ Otros aportes relevantes

Garau (2007), por su parte, también se refiere a los factores de competitividad del destino, describiendo cuatro grupos: recursos centrales o de atracción (paisaje, clima, alojamiento, etc.); factores y recursos de apoyo, que proveen un efecto secundario en el destino (transporte, locales, red de agua potable, instituciones financieras, etc.); gestión del destino, entendida como las actividades que refuerzan su atracción y mejoran su calidad (marketing, calidad de los servicios ofrecidos, organización y gestión de recursos, etc.), y determinantes calificativos, como elementos que mitigan el im-

pacto de los factores de los tres grupos previos (localización, seguridad en el destino, costo de bienes y servicios turísticos, etc.).

En el ámbito local del presente estudio, Díaz y Márquez (2016) realizaron una propuesta de línea base de indicadores de competitividad turística para la región Caribe colombiana, fundamentada en la identificación y potencialización de la cadena de valor del turismo, a partir de tres grupos de factores para promover la competitividad de los destinos en la región. El primer grupo de análisis estuvo conformado por los recursos y actividades de apoyo para la generación de valor al turista. Incluye la infraestructura general para el turismo, la gestión del destino, las políticas y planeación del turismo, los factores de apoyo y condicionantes. El segundo grupo incorpora los recursos y actividades primarias que transfieren directamente valor agregado al turista. Incluye, por una parte, la medición de recursos básicos y atractivos clave y, por otra, los servicios turísticos ofrecidos. Como resultado, el modelo de la cadena del valor del turismo propone la medición de un tercer grupo de análisis, compuesto por todos los indicadores relacionados con la demanda turística, entendida como el efecto esperado en el que se traducen los esfuerzos realizados en los otros grupos de factores.

Los modelos descritos anteriormente analizan la competitividad a través de los recursos de los destinos, siendo frecuente la clasificación en grupos como los recursos internos, los factores complementarios que le agregan valor al recurso, la gestión que se realiza para mantener el destino y el análisis de la demanda.

Más explícitamente, la OMT (2005) sugiere cinco criterios para ser tenidos en cuenta al momento de la selección de indicadores, ellos son: relevancia del indicador en la problemática seleccionada, viabilidad de obtención y análisis de la información requerida, credibilidad de la información y confiabilidad para los usuarios de los datos, claridad y facilidad de entendimiento entre los usuarios, y la comparación a través del tiempo y el entorno de las regiones. La identificación y selección de indicadores representa un proceso clave en el análisis de sostenibilidad turística, y a partir de ellos es posible generar información sobre la situación real del desarrollo turístico (Macario, Pasa y Ataíde, 2013) lo que facilita la toma de decisiones desde el ámbito de la planificación turística de parte de actores políticos.

Así pues, en lo que atañe a la propuesta de indicadores de competitividad de este estudio, los desarrollos de autores como Crouch y Ritchie (1999), Dwyer y Kim (2003) y Díaz y Márquez (2016), entre otros, constituyeron los principales soportes teóricos para el modelo matemático propuesto.

2. Material y Métodos

Con el fin de establecer una línea base sobre el nivel de competitividad de los recursos turísticos en los municipios colombianos de Tolú y Coveñas, se desarrolló un estudio con alcance descriptivo-exploratorio. Dicho estudio se planeó y ejecutó sistemáticamente a través de 3 fases de campo.

- Fase 1. Identificación de los recursos turísticos. Comprendió el levantamiento de información primaria por medio de observación directa en la zona turística objeto de estudio, como también la aplicación de entrevistas semiestructuradas dirigidas a actores clave en la actividad y proyectos turísticos locales. Asimismo se realizó revisión documental de fuentes secundarias oficiales (Plan Departamental de Desarrollo, inventarios turísticos, investigaciones en el área, entre otros). Como resultado de esta fase se produjo un informe de estado actual de los recursos turísticos.
- Fase 2. Diseño de un modelo matemático. Tomando como insumo la información obtenida en torno a los recursos turísticos se procedió al diseño de un modelo que permitiera medir el nivel de competitividad. Para ello, teniendo como referencia los indicadores de línea de base para la competitividad en el Caribe colombiano (Díaz y Márquez, 2016), se identificó y definió una jerarquía de variables mediante un Proceso Analítico Jerárquico (AHP) (Jiménez, 2004) De este modo, el modelo propuesto para medir la línea base de competitividad de los recursos turísticos es:

$$NCRT = \sum \sum X_i * W_j$$

$$NCRT = INF * \%INF + RH * \%RH + CeI * \%CeI + LOC * \%LOC + GE * \%GE + MER * \%MER + INN * \%INN + COST * \%COST + CAL * \%CAL$$

Donde,

NCTR = Nivel de Competitividad del Recurso Turístico

INF = Infraestructura

RH = Recursos Humanos

CeI = Cultura e Investigación

LOC= Localización

MER = Mercadeo

INN = Innovación

COST = Costos

CAL = Calidad

Posteriormente se diseñó y validó un instrumento basado en una escala Likert para asignar valoraciones a los diferentes recursos.

- Fase 3. Caracterización del nivel de competitividad global. Previo cálculo del tamaño de muestra, se procedió a desarrollar la encuesta dirigida a actores y expertos del sector sobre el nivel de competitividad de los recursos turísticos en los municipios estudiados. A partir de ahí se tabuló y analizó la información obtenida en la encuesta y se produjo un informe final. Los temas y subtemas definidos para la línea base se ilustran en la figura 1.

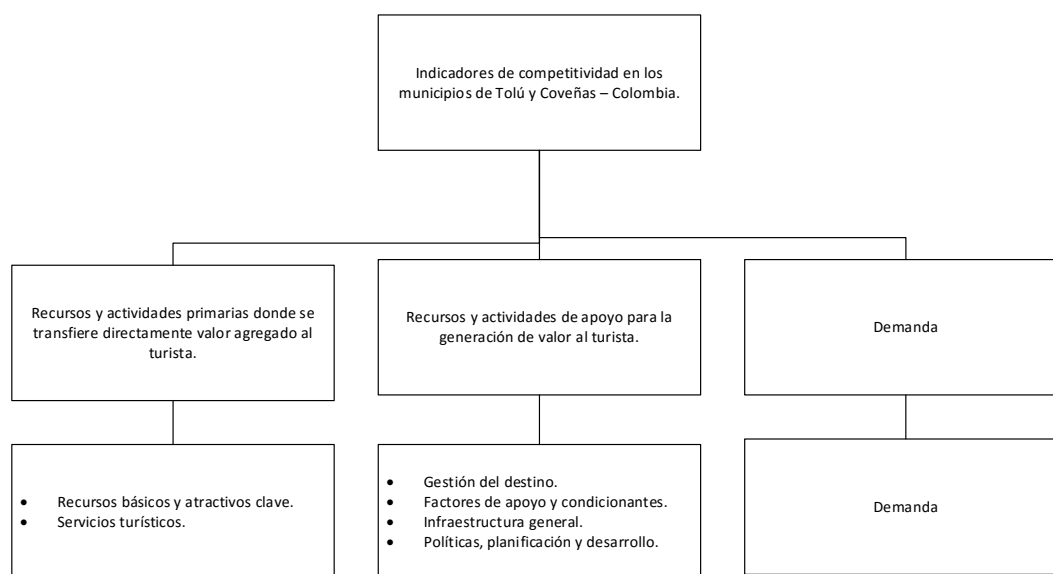


Figura 1. Temas y subtemas de la línea base de indicadores de competitividad turística

3. Resultados

La identificación de las variables más relevantes en función de la incidencia de éstas sobre la competitividad de los recursos turísticos en los municipios estudiados, fue resultado de talleres en los que se contó con la participación de expertos en competitividad turística. La tabla 1 relaciona los consensos alcanzados en torno a 9 variables y sus dimensiones.

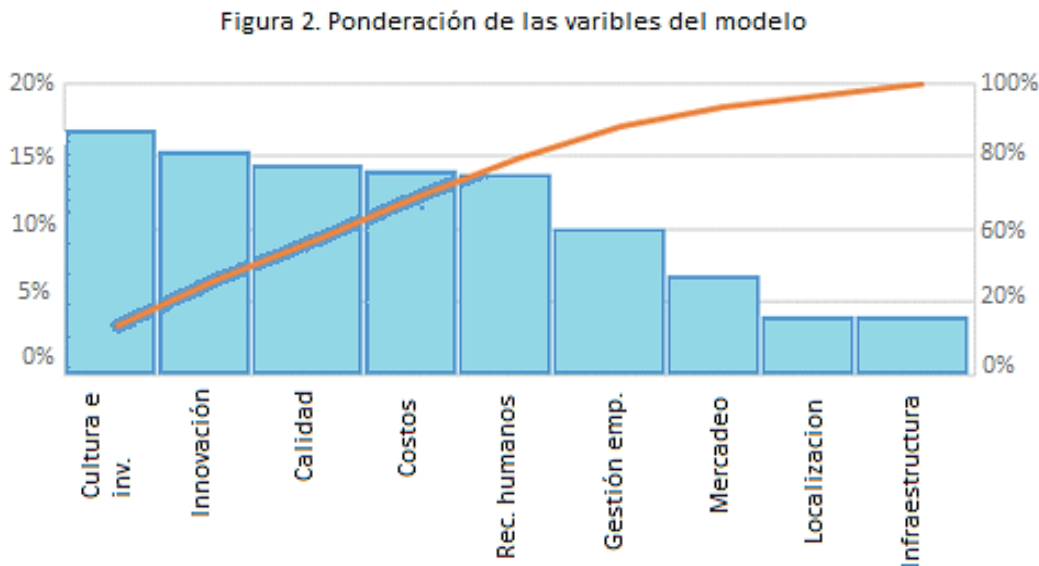
Tabla 1. Variables y dimensiones identificadas

VARIABLES	DIMENSIONES
Infraestructura	Capacidad
	Condiciones medio ambientales
	Seguridad
	Organización
Recursos humanos	Cualificación
	Número de personas
	Capacidades
Cultura e Investigación	Recursos asociados a la cultura
	Recursos asociados a procesos de investigación
	Trayectoria de los productos /servicios
Localización	Acceso a la ubicación del recurso
	Servicios básicos disponibles
Gestión empresarial	Direccionamiento estratégico
	Liderazgo para alcanzar las metas del recurso
	Estructura organizacional
Mercadeo	Plan estructurado de comunicaciones
	Estrategias de marketing
	Gestión de nuevos mercados
Innovación	Desarrollo de nuevos productos
	Implementación de desarrollos tecnológicos
	Mejoras del servicio mediante la innovación de procesos
	Innovación organizacional
Costos	Sistema de planificación de costos
	Sistema de control de costos
	Precios asequibles
Calidad	Sistema de gestión de calidad
	Medición de satisfacción de clientes
	Estrategias de mejoramiento continuo

Fuente: elaboración propia

Considerando que el peso de las variables con respecto al indicador de salida —esto es, el nivel de competitividad— es diferente, se estimó su incidencia a través de un

Proceso de Análisis Jerárquico (AHP), con el que se ponderaron las variables de acuerdo con su nivel de impacto, según lo evidencia la figura 2.



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Ponderación de las variables del modelo

Los pesos asignados a las variables resultaron confiables como lo evidencia, para el caso, una Razón de Consistencia (CR) equivalente a 0,05 (1). Los parámetros de esta prueba indican confiabilidad cuando $CR \leq 0,1$. A continuación se indica el cálculo:

$$CR = CI / RI \quad \text{Razón de Consistencia (CR)}$$

$$CI = (N_{max} - n) / (n-1) \quad \text{Índice de Consistencia (CI)}$$

$$RI = 1,98 (n - 2) / n \quad \text{Consistencia Aleatoria (RI)}$$

Donde,

$$N_{max} = 9,6468$$

$$n = 9$$

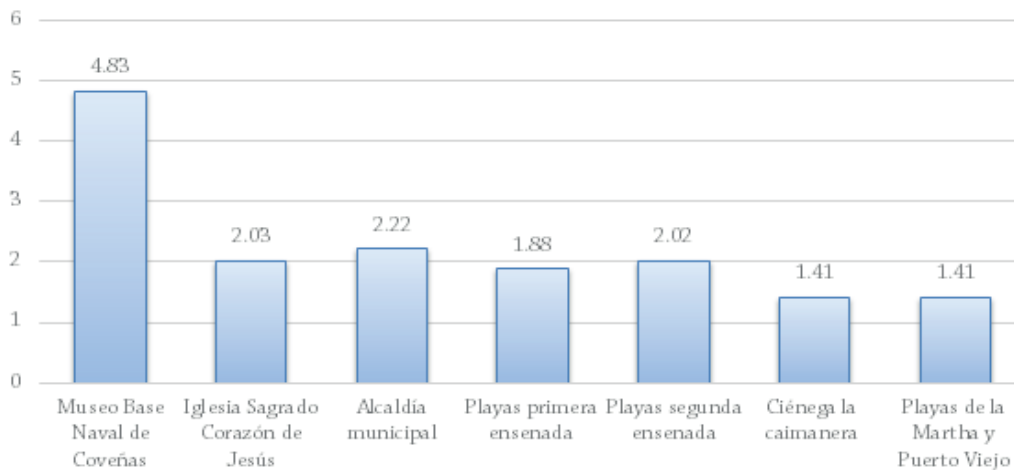
$$RI = 1,54$$

$$CI = 0,0808$$

$$\mathbf{CR = 0,0525 (1)}$$

Una vez determinados los pesos de cada variable de entrada (*inputs*) sobre la competitividad (*uotputs*), se aplicó el modelo aritmético para determinar el NCRT sobre el inventario de recursos y atractivos turísticos del municipio de Coveñas. Se destacó

que el mayor puntaje corresponde al Museo Base Naval (figura 3), seguido por la Alcaldía Municipal, la Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús y las Playas de la Segunda Ensenada.

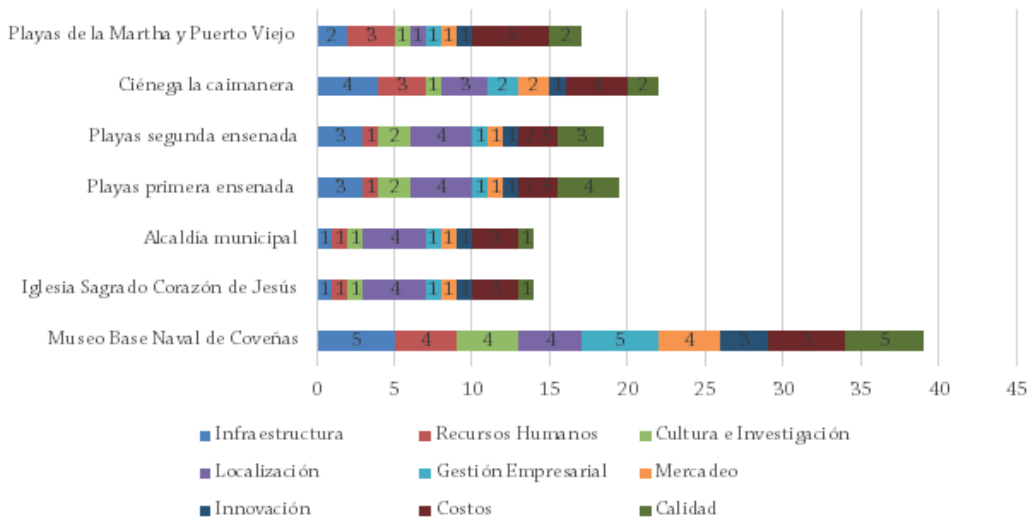


Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Resultados NCRT - Coveñas

Con un mayor nivel de detalle, la caracterización por variables de los recursos y atractivos turísticos (figura 4), permite observar que al excluir del análisis al Museo Base Naval —con un NCRT de 4,83— las valoraciones de competitividad de los recursos turísticos del municipio se caracterizan por ser homogéneas y, en promedio, se evidencian bajos niveles de competitividad. De acuerdo con las observaciones realizadas, el personal que está al frente de estas unidades no cuenta con las competencias adecuadas. En el caso de la variable Cultura e Investigación, evidencian pocos desarrollos de I+D+i, lo que resulta consecuente con el comportamiento de la Innovación, manifestándose claras debilidades en CTel.

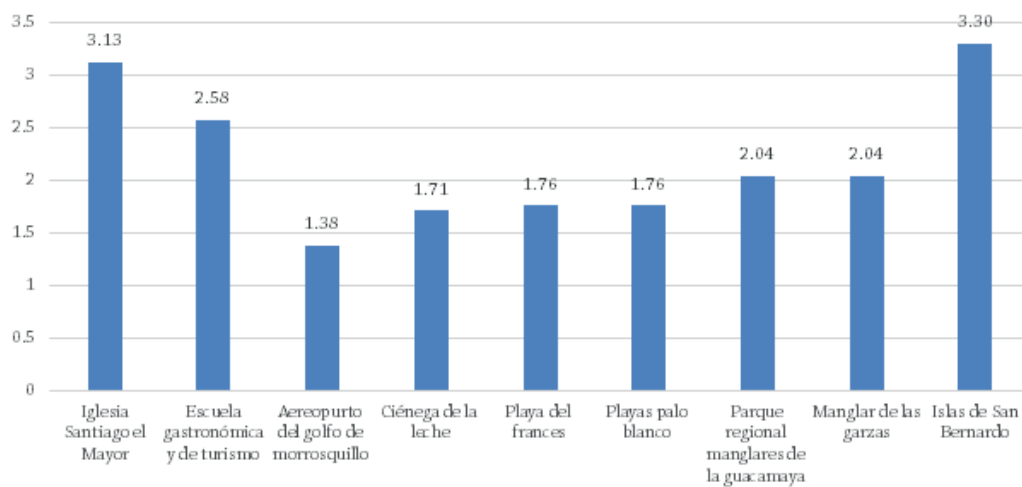
Asimismo, se logró evidenciar que la totalidad de recursos y atractivos turísticos presenta con debilidades en los procesos de Gestión Empresarial, lo que afecta el diseño de estrategias para el incremento de la competitividad.



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Caracterización de la variables de competitividad - Coveñas

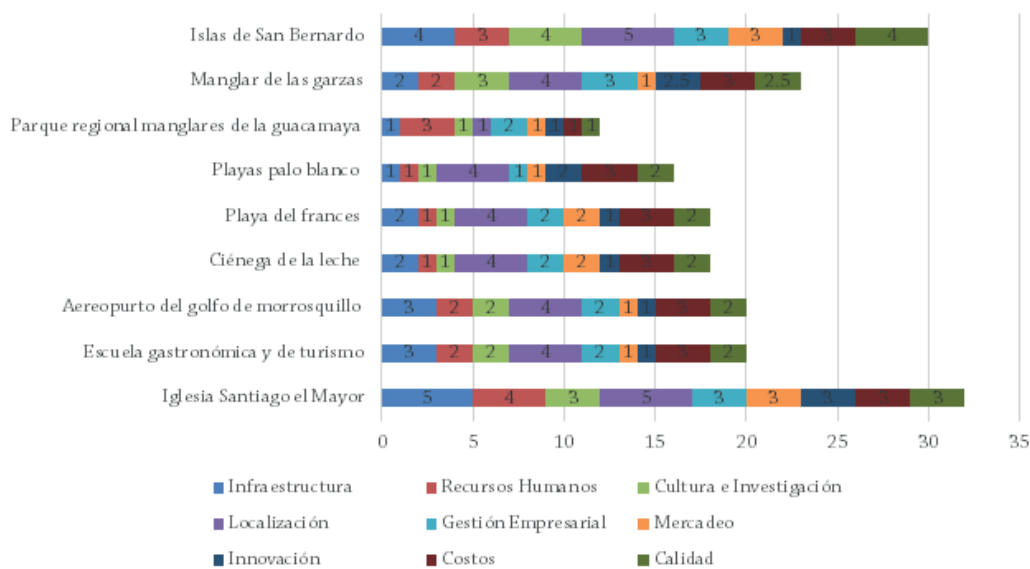
En el caso los recursos y atractivos turísticos del municipio de Tolú, los resultados del NCRT (figura 5) posicionan con ventaja a las Islas de San Bernardo y la Iglesia Santiago el Mayor. Se evidenció, además (figura 6), que estos cuentan con una atractiva localización, y que el personal responsable de la gestión y de la atención presenta un adecuado nivel de formación.



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Resultados NCRT Tolú

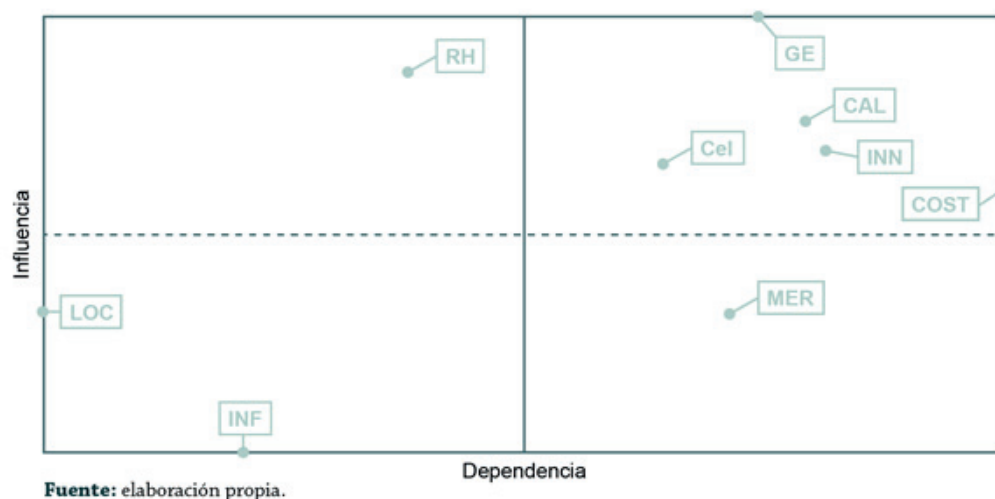
A pesar de contar —con respecto a Coveñas— con una ubicación más favorable en términos estratégicos para el turismo, el municipio de Tolú presenta significativos problemas de infraestructura de sus recursos (figura 6). Las apreciaciones evidencian que el recurso humano no cuenta con las competencias y niveles de formación adecuados para garantizar calidad en el servicio y, al igual que en Coveñas, es muy bajo el nivel de innovación. Algo similar ocurre con las variables Gestión Empresarial y Mercadeo de los Recursos Turísticos, aspectos que explican el bajo nivel de competitividad de estos recursos y atractivos en el medio.



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Caracterización de variables de competitividad - Tolú

Como parte del proceso de análisis de resultados, el método MICMAC (Matriz de Impactos Cruzados-Multiplicación Aplicada a una Clasificación) permitió relacionar cada una de las variables en cuanto al nivel de dependencia e impacto sobre el resto de las variables analizadas. Fue así como se evidenció que la variable con mayor nivel de independencia es el Recurso Humano (figura 7) y se considera uno de los elementos fundamentales sobre los cuales hay que invertir para mejorar la competitividad en el sector turístico.



Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Resultados Micmac

4. Discusión y conclusiones

Los procesos de observación directa en los municipios estudiados y las entrevistas a los principales actores de la actividad turística en el contexto de análisis, contribuyeron a la producción de un inventario detallado de los recursos y atractivos turísticos, y a la identificación de sus potencialidades. En cuanto a su riqueza como destinos, Coveñas y Tolú podrían ser catalogados como paraísos que constituirían fuentes de desarrollo y prosperidad para la región Caribe colombiana; siendo la baja competitividad de su actividad turística lo que ha impedido la materialización de dichos logros.

En relación a lo anterior, (Perles, 2016) identificó en un estudio desarrollado sobre la competitividad turística en Costa Blanca - Alicante, que la región estudiada a diferencia de la nuestra, presenta un buen comportamiento competitivo, y el contexto le ha permitido al sector lograr cambios significativos, de tal manera que se considera el turismo como la actividad principal de la región para generar beneficios sociales y económicos, situación que dista de los municipios de Tolú y Coveñas dado que no hay acciones estratégicas claras a nivel sectorial para impulsar la competitividad de este sector.

La construcción de un indicador del nivel de competitividad de los recursos turísticos (NCRT) aporta a la identificación sistemática y detallada de los focos de atención en la gestión de la actividad turística de estos municipios, y al eventual monitoreo de los

progresos en la materia, tomando como referencia la línea base provista a través de este estudio. Como fue el caso expuesto por (Domareski & Chim, 2019) donde analizan el monitor de competitividad turística se Brasil, sistema de indicadores contextualizado a las realidades locales. Entre otros, (Blanco, Diéguez, & Gueimon de Canto, 2015) también adaptaron indicadores específicos, en este caso a los espacios naturales protegidos, evidenciando una tendencia a la adaptación de mediciones focalizadas y poco generalizadas, dadas las realidades de cada uno de los contextos y la relevancia que tienen las variables en coherencia con el mismo contexto.

En la región Caribe Colombiana, (Díaz & Márquez, 2016) desarrollaron una matriz de indicadores para medir la competitividad turística de los destinos en el territorio, estructuralmente se definieron grupos de análisis, temas y subtemas e indicadores, la presente investigación solo definió 2 niveles de análisis, dimensiones y variables estratégicas. La diferencia de los modelos radica en que el presente estudio hace énfasis en los recursos turísticos y el referente enfoca en los destinos turísticos, se resalta que hay similitudes en las dimensiones, a diferencia que esta investigación establece una variable clara de innovación. En ese mismo sentido (Rodríguez & Rubio, 2016) contextualizaron el modelo de competitividad del WEF el cuál ha sido cuestionado por (García-Abajo & Gago-De Santos, 2015), en la Unión Europea y crearon un modelo cuantitativo para medir la competitividad enfocada también a los destinos turísticos.

Coveñas, por una parte, cuenta con menor cantidad de recursos turísticos, pero evidencia en promedio, mayores niveles relativos de competitividad cuando se comparan sus indicadores con los del municipio de Tolú. En ambos casos se identifica que la variable Innovación es una de las más relevantes, seguida por la Gestión Empresarial. (Domareski & Chim, 2019) consideraron que no existe una coherencia entre la teoría y la práctica para una correcta vinculación entre el constructo competitividad e innovación, por lo tanto la variable innovación no estaba siendo medida en los modelos de medición de la competitividad turística, en la presente investigación se resalta que esta fue relevante, ocupando el segundo lugar en nivel de importancia al desarrollar el ejercicio de priorización. En coherencia con lo planteado se resalta el trabajo desarrollado por (García & Pulido, 2015) quienes desarrollaron un análisis del binomio Creatividad y Turismos y con el cual hay coherencia y queda inmerso en la dimensión de innovación.

Salvo lo referente a la variable Localización, las apreciaciones sobre los recursos y atractivos de ambos destinos presentaron muy escasa competitividad. En menor medida con respecto a la Localización, la variable Costos mostró un desempeño competitivo destacable en el marco de las variables analizadas. La variable Recursos Humanos, por su parte, evidenció significativa independencia con respecto al conjunto de factores estudiados. Esto, aunado a los bajos niveles de competitividad de la variable,

invita a procurar el desarrollo de competencias que permitan desempeños afines con los estándares de competitividad deseados.

Un aspecto a considerar —dentro de los límites de la baja competitividad observada— es la asimetría en los indicadores de cada recurso, y entre ellos. Con esto se pone en relieve la necesidad de intervenciones integrales que promuevan el incremento homogéneo de las variables de competitividad. Para esto resulta clave la planificación gubernamental y su articulación con el sector privado mediante el diseño e implementación de políticas de regulación y fortalecimiento de la actividad turística en esos destinos y dar el salto a obtener mayores beneficios en la economía y a nivel social, tal como se identifica en el modelo de España y en la Unión Europea en general, donde se hace un análisis exhaustivo de la dependencia del PIB en relación a la actividad turística y esta toma relevancia en los sistemas de planificación general (García-Abajo & Gago-De Santos, 2015).

Referencias

- Blanco, L., Diéguez, M., & Gueimon de Canto, A. (2015). Propuesta de indicadores de recursos de competitividad turística en los espacios naturales protegidos. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 947–957.
- Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (2018). Índice de competitividad turística regional de Colombia. ICTR 2018. Disponible en: <http://www.cptur.org/Publicaciones/tabCuXaGsSzBNyC>
- Crouch, Geoffrey y Ritchie, Brent (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), pp. 137–152.
- De la Torre, Oscar. (1980). *El turismo: Fenómeno Social*. México: Fondo de la Cultura Económica.
- Díaz, Beatriz y Márquez, Patricia (2016). Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos. RITUR. Disponible en: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2338/1783>
- Díaz, B., & Márquez, P. (2016). Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 6(June), 5–17. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.10>
- Diéguez, Isabel; Gueimonde, Ana; Sinde, Ana y Blanco, Lidia (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Cultura y Turismo*, 5(2), pp. 101-124.
- Domareski, T., & Chim, A. (2019). Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística. *El Periplo Sustentable*, (36), 134–156. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362019000100134&script=sci_arttext&tlng=pt
- Dwyer, Larry y Kim, Chulwon (2003). Destination Competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), pp.369-414.

- Garau, J. (2007). Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. *Revista de Análisis Turístico*, No. 4, Segundo semestre 2007, pp. 50-67.
- García-Abajo, E., & Gago-De Santos, P. (2015). *Económico mundial measurement of the international tourism competitiveness. Biases in the executive opinion survey of the travel and tourism competitiveness index of the World Economic Forum*. 299–322.
- García, J., & Pulido, J. (2015). Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística. Aplicación en tres destinos urbano- culturales españoles. *Revista de Estudios Regionales*, 7585(13), 69–108.
- Hassan, Salah (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), pp. 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Jiménez, Paulino y Aquino, Fulvia (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21 (4), pp. 977-995.
- Macario, Verónica; Pasa, Carla y Ataíde, Gesinaldo (2013). Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística: Una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Volumen 22, pp. 177-197.
- Organización Mundial del Turismo (2017). Panorama OMT del turismo internacional: Edición 2017. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo (2014). Panorama OMT del turismo internacional: Edición 2014. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416202>
- Organización Mundial del Turismo (2007). Entender el turismo: Glosario Básico. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: guía práctica. OMT: Madrid.
- Perles, J. (2016). El turismo en la costa del sol y la producción del espacio del placer. *Canelobre*, 66, 37–58.
- Puccio, Hilda (1985). Competitividad en destinos turísticos. Una cuestión territorial, Instituto de Investigaciones Científicas del Turismo, Universidad de Morón. Disponible en: http://www.alcuth.org/competitividad_en_destinos_turisticos.pdf
- Ritchie, Brent y Crouch, Geoffrey (2003): *The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective*. CABI Publishing: Surrey, UK.
- Rodríguez, J., & Rubio, L. (2016). Estudio de la competitividad turística de la Unión Europea a partir del modelo cuantitativo objetivo. *Esic Market*, 47(154), 185–232. <https://doi.org/10.7200/esicm.153.0472.1e>
- Villarraga, Edgar (2017). Sistemas de indicadores de turismo sostenible para los municipios Tolú y Coveñas, Departamento de Sucre. Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias, Colombia.