

## RESULTADOS

Para la bibliometría se utilizó la base de datos *Scopus*, posteriormente se buscaron los documentos en las bases de datos disponibles en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y de la Universidad Nacional de Colombia. Las bases de datos en las cuales se encontraron los documentos identificados en *Scopus* fueron *Science Direct*, *IEEE*, *Taylor and Francis*, *Academic Search Complete*, *Ebsco*, *Business Source Complete*, *Springer* y *Wiley*.

Las palabras para la construcción de la ecuación de búsqueda se obtuvieron revisando el tesauro Unesco, que para el turismo tiene conceptos específicos (Cultural tourism, ecotourism, Holidays, touristfacilities) y relacionados Guidebooks, Hotel industry, leisure, leisure time activities, tourism industry, travelabroad, travel). La búsqueda fue restringida a documentos con fecha de publicación desde 2008, aunque también se consultaron para el estado del arte los artículos más citados, pese a que fueron publicados antes del 2008.

La ecuación utilizada fue:

TITLE-ABS KEY ( (competitiveness AND ( touris \* OR holidays OR leisure OR travel OR destination OR hospitality ) AND ( measur \* OR evaluation OR analisys OR performance ) ) AND NOT sport ) AND PUBYEAR > 2007

Los países que más escriben sobre competitividad en el turismo y con 20 o más artículos son:

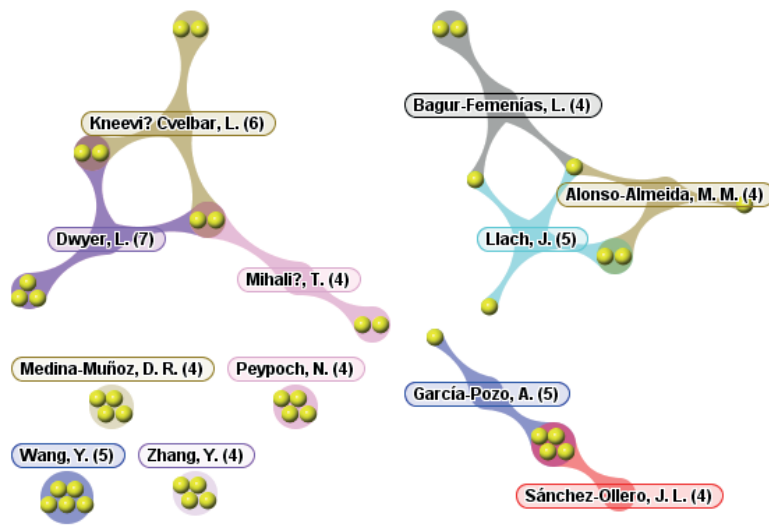
Tabla 1. Artículos por país

País	Documentos
China	64
España	64
Estados Unidos	44
Taiwán	31
Australia	28
Italia	28
Reino Unido	23
Portugal	20

Fuente: Scopus

Los autores que más aportan a la construcción de conocimiento sobre competitividad turística en los años consultados (2008 — 2017) son: en primer lugar, Dwyer, con siete documentos. Este autor es uno de los que formuló uno de los modelos más usados de competitividad turística. En seguida están Alfonso-Almeida, Bagur — Feminas y Mihalic, con seis artículos cada uno. En seguida se muestran los clusters de autores en donde se visualiza la colaboración que realizan.

Figura 1. Clusters autores competitividad turística



Fuente: Scopus –Vantage Point

## Determinantes de la competitividad de destinos turísticos

Con el resultado de la ecuación (500 documentos<sup>3</sup>) fueron revisados títulos y resúmenes de los artículos encontrados, desde los más relevantes por número de citas, hasta los que menos citas presentan, que normalmente son los recientes. Se concluyó que numerosos documentos no aportan al tema de investigación, seleccionando los que efectivamente indican factores determinantes de la competitividad turística. También fueron consultados documentos fuera de los encontrados en *Scopus*, artículos sobre competitividad turística en destinos iberoamericanos.

La siguiente Tabla (No. 2), muestra algunos de los artículos revisados con los factores de competitividad en el turismo. Inicialmente se presentan los modelos de competitividad más importantes Crouch y Ritchie, Dwyer y Kim, Monitor de competitividad y Foro Económico Mundial y otro muy citado en Google Académico, el modelo de Heath; en seguida estudios que aportan modelos o medición de competitividad de destinos turísticos, así se identifican los factores que inciden en la competitividad de destinos.

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
<p>A model of destination competitiveness/ sustainability: Brazilian perspectives. (Brent Ritchie &amp; Crouch, 2010)</p>	<p>Tienen en cuenta factores macro ambientales como económico, ecológico, tecnológico, desarrollos políticos y jurídicos, cuestiones socioculturales, entorno demográfico; también factores del microambiente empresas y prestadores de servicio, agencias y agentes de viajes, medios de comunicación, gobiernos departamentales, residentes locales, instituciones financieras, grupos de acción ciudadana. Hay cinco factores que inciden en la competitividad de destinos turísticos.</p> <p>*Recursos y atractores centrales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fisiografía y clima</li> <li>- Cultura e historia</li> <li>- Lazos de mercado</li> <li>- Mezcla de actividades</li> <li>- Eventos especiales</li> <li>- Entretenimiento</li> </ul>

3 Última búsqueda realizada en abril de 2017. El trabajo sobre competitividad de destinos turísticos en Boyacá fue iniciado en el año 2014 y frecuentemente se realizan búsquedas en Scopus para identificar artículos que aporten al tema de investigación.

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Superestructura del turismo               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Instalaciones de alojamiento</li> <li>o Servicios de alimentos</li> <li>o Instalaciones de transporte</li> <li>o Principales atracciones</li> </ul> </li> <li>* Recursos de soporte               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura del destino (carreteras, autopistas, servicios de transporte)</li> <li>- Calidad infraestructura del transporte – no solo existencia de infraestructura.</li> <li>- Sistemas de saneamiento</li> <li>- Sistemas de comunicación.</li> <li>- Instalaciones públicas, agua potable.</li> <li>- Disponibilidad y calidad de recursos humanos locales.</li> <li>- Instituciones de educación e investigación</li> <li>- Instituciones financieras</li> <li>- Competencia por el capital de otras industrias</li> <li>- Demandas sindicales</li> <li>- Regulaciones gubernamentales</li> <li>- Restricción a la inversión extranjera</li> <li>- Voluntad política</li> <li>- Espíritu empresarial - emprendimiento.</li> </ul> </li> <li>*Política, planeación y desarrollo del destino.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Políticas y evaluación de resultados.</li> </ul> </li> <li>*Gestión del destino.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing</li> <li>- Información e investigación</li> <li>- Monitoreo</li> <li>- Financiación</li> <li>- Desarrollo del recurso humano</li> <li>- Gestión de crisis</li> <li>- Mantenimiento y gestión de recursos turísticos.</li> </ul> </li> <li>*Limitadores y amplificadores de competitividad.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación del destino</li> <li>- Seguridad del destino</li> <li>- Imagen del destino</li> <li>- Costo del destino</li> </ul> </li> </ul>
Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. (Dwyer & Kim, 2003)	El modelo reconoce las condiciones de demanda como determinante de la competitividad del destino turístico y que la competitividad no es un fin sino un medio para la prosperidad económica. *Recursos <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heredados               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Naturales (lagos, ríos, montañas, etc.)</li> <li>o Patrimonio (costumbre, lengua, cocina, creencias, etc.)</li> </ul> </li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creados                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Infraestructura turística</li> <li>o Eventos especiales</li> <li>o Actividades que realizar en el destino</li> <li>o Entretenimiento</li> <li>o Compras</li> </ul> </li> </ul> <p>*Factores de soporte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura general</li> <li>- Calidad en el servicio</li> <li>- Acceso al destino</li> <li>- Lazos con el mercado</li> <li>- Hospitalidad (se refiere a la amabilidad de la población del destino)</li> </ul> <p>*Condiciones situacionales, que se refieren a fuerzas en el entorno externo que pueden afectar la competitividad como eventos en lo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Económico</li> <li>- Político</li> <li>- Demográfico</li> <li>- Ambiental</li> <li>- Legal</li> <li>- Gubernamental</li> <li>- Regulatorio</li> <li>- Tecnológico</li> <li>- Competencia</li> </ul>
	<p>*Gestión del destino</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de marketing del destino (Promoción del destino como un todo)</li> <li>- Planeación y desarrollo del destino (requiere compromiso de empresas, gobierno, comunidad)</li> <li>- Organización en la gestión del destino - coordinación entre agentes y sistemas de información (Distintas áreas y niveles de gobierno gestionan un destino). La provisión de información con sistemas de información adecuados para comprender necesidades del cliente, marketing y monitoreo y evaluación.</li> </ul> <p>*Desarrollo del recurso humano</p> <p>*Gestión medio ambiental</p>
<p>Índice de Competitividad de viajes y Turismo del Foro Económico Mundial (WEF)</p>	<p>Clasifica capacidad competitiva en turismo de 136 países. Tiene cuatro subíndices (WEF, 2017).</p> <p>*Subíndice ambiente apto. Pilares:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiente de negocios</li> <li>- Seguridad y protección</li> <li>- Salud e higiene</li> <li>- Recursos humanos - Mercado laboral</li> <li>- Tecnología de información y comunicación.</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	<b>Aporte – Factores competitividad</b>
	<p>* Política de viajes y turismo y condiciones favorables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Priorización de viajes y turismo</li> <li>- Apertura internacional</li> <li>- Precios competitivos</li> <li>- Sostenibilidad ambiental.</li> </ul> <p>*Infraestructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura de transporte aéreo</li> <li>- Infraestructura terrestre y puertos</li> <li>- Infraestructura de servicios turísticos</li> </ul> <p>*Recursos naturales y culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acervos de la naturaleza y riquezas culturales</li> <li>- Viajes de negocios.</li> </ul>
Monitor de Competitividad	<p>Indica la medida en que los países proporcionan un entorno competitivo para el desarrollo del turismo. Tiene ocho indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competitividad de precios</li> <li>- Factor humano en el destino</li> <li>- Infraestructura</li> <li>- Tecnología</li> <li>- Factor humano en la industria turística</li> <li>- Apertura</li> <li>- Desarrollo social</li> </ul>
Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. (Heath, 2002)	<p>Heath indica que, para Sur África, modelos de competitividad como el de Dwyer(2001) y el de Crouch no parecen ser relevantes, porque no brindan un tratamiento integrado de inconvenientes que rodean el concepto de competitividad y no se empeñan en factores clave de éxito como las personas y vínculos trascendentes en comunicación y gestión de información. Heath basado en los modelos de Crouch, Dwyer y revisión de literatura, propone modelo de competitividad. Presenta el modelo en forma de una casa que comprende varias facetas clave: las bases que proporcionan una base esencial para la competitividad; el cemento, que une y vincula las respectivas facetas de la competitividad; los bloques, que son esenciales para hacer que el turismo suceda en un destino; y el techo que son los factores clave de éxito.</p>
	<p><b>La base de la casa</b></p> <p>*Suministro y gestión de atractores clave: Historia, cultura, clima, eventos, entretenimiento, turismo de negocios, etc. (optimizar ventajas comparativas y competitivas y crear diferenciación).</p> <p>*Elementos fundamentales no negociables</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salud y seguridad del personal.</li> </ul> <p>*Suministro de habilitadores/facilitadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura</li> <li>- Aeropuertos</li> <li>- Carreteras</li> <li>- Señalización, etc.</li> <li>- Manejar capacidad.</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<p>*Capitalizar elementos que añaden valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Localización</li> <li>- Valor del dinero</li> <li>- Conexión con destinos aledaños.</li> </ul> <p>*Asegurar facilitadores apropiados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad apropiada de aerolíneas</li> <li>- Hotelería</li> <li>- Canales de distribución.</li> </ul> <p>*Concentrarse en potenciadores de la experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Excelencia en el servicio</li> <li>- Experiencias auténticas</li> <li>- Hospitalidad.</li> </ul> <p><b>Cemento</b></p> <p>*Canales de comunicación continuos y transparentes.</p> <p>*Equilibrar participación directa, indirecta y beneficios de stakeholders.</p> <p>*Formar asociaciones y alianzas apropiadas y mutuamente beneficiosas.</p> <p>*Gestión de la información, investigación y previsión.</p> <p>*Gestión de indicadores de competitividad, benchmark, control de rendimiento.</p> <p><b>Política y marco de desarrollo sostenible</b></p> <p>*Crear una política de turismo y un marco legislativo.</p> <p>*Gestión responsable de recursos y capacidades.</p> <p>*Estimular un clima de inversión positivo.</p> <p>*Implementar estrategias para asegurar una transformación apropiada en la industria.</p> <p>*Adherirse a los principios ambientales sostenibles.</p> <p>*Asegurar un marco institucional y de financiación apropiado y efectivo.</p> <p><b>Marco estratégico y holístico de comercialización de destino y estrategia</b></p> <p>*Desarrollar imagen positiva del destino, estrategia de posicionamiento y marca competitiva.</p> <p>*Marketing efectivo de segmento y gestión de marca.</p> <p>*Formular estrategias innovadoras de marketing e implementar estrategias ganadoras de marketing mix.</p> <p>*Desarrollar estrategias para la gestión óptima de satisfacción del visitante.</p>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<p><b>Los bloques</b></p> <p>*Sinergia y balance entre desarrollo y marketing</p> <p><b>Marco estratégico</b></p> <p>*Habilitar a todos los actores del turismo para realizar sus roles de manera óptima - visión compartida.</p> <p><b>Factores clave de éxito</b></p> <p>*Visión turística compartida y liderazgo.</p> <p>*Valores y principios guía</p> <p>*Prioridad al factor humano</p> <p>* Voluntad política</p> <p>*Emprendimiento</p> <p>*Enfoque comunitario</p> <p>*Desarrollo del recurso humano</p> <p>* Respuesta estratégica a cambios en los entornos macro, competitivo y de mercado.</p>
<p>The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS &amp; information entropy - A case in the Yangtze River Delta of China</p> <p>(Zhang, Gu, Gu, &amp; Zhang, 2011) China</p>	<p>Presentan 4 categorías de indicadores para medir competitividad:</p> <p>Recursos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de recepción de turistas</li> <li>- Fortalezas de la industria del turismo</li> <li>- Capacidad de apoyo al turismo</li> <li>- Soporte socioeconómico</li> <li>- Soporte eco ambiental</li> </ul>
<p>Global competitiveness measurement for the tourism sector.</p> <p>(Hong, 2009)</p>	<p>La competitividad de un destino turístico está compuesta por:</p> <p>*Las ventajas comparativas de David Ricardo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventajas comparativas exógenas como las dotaciones naturales (clima, folclor, paisaje, minerales, etc.)</li> <li>- Ventajas comparativas             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Grado de cambio tecnológico</li> <li>o Protección de los recursos, capacitación.</li> <li>o Recurso humano</li> </ul> </li> </ul> <p>*Las ventajas competitivas de Porter.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inversión en infraestructura             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Diseño de accesibilidad</li> <li>o Alojamiento</li> <li>o Sistemas de transporte</li> <li>o Alimentos característicos.</li> </ul> </li> <li>- Planeación estratégica de mercado</li> </ul>



Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantenimiento de recursos                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Programa de mantenimiento</li> <li>o Instituciones de protección</li> <li>o Ajuste a la carga máxima del destino</li> <li>o Protección a innovación tecnológica</li> </ul> </li> <li>- Monitoreo en asignación de recursos:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Análisis entrada/salida de recursos</li> <li>o Sistema de monitoreo</li> <li>o Sistema de respuestas a emergencias.</li> </ul> </li> <li>- Crecimiento y desarrollo:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Crecimiento económico</li> <li>o Desarrollo de sistema de seguridad público</li> </ul> </li> <li>- Efectividad operacional:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Incluidos los servicios integrales de paquetes turísticos (con parques, hoteles, restaurantes, centros turísticos, granjas de frutas de turismo, etc.)</li> </ul> </li> <li>- Recursos facilitadores creados                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Instituciones financieras - cambio y envío de dinero</li> <li>o Servicios que brindan a los turistas información o información de viaje detallada mientras viajan en el destino.</li> <li>o Telecomunicaciones rápidas y de alta calidad</li> <li>o Diseño de entorno público sin barreras</li> </ul> </li> </ul> <p>*Gestión del turismo que proporciona capacitación de calidad para mejorar ventajas comparativas y competitivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrenamiento para la administración y conservación de recursos.</li> <li>- Marketing                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Desarrollo de productos y/o servicios</li> <li>o Políticas de precios razonables ajustados a periodos estacionales.</li> <li>o Canales de distribución a mercados meta.</li> <li>o Desarrollar servicios integrales de turismo con lista de selección para determinados turistas.</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización y reglamentación</li> <li>- Integración empresarial: que implica compartir recursos (costos, empleados) y activos intangibles para proporcionar servicios más completos.</li> <li>- Sistemas de información del destino turístico: Para toma de decisiones con información sobre monitoreo de clientes, recursos, productos, etc.</li> <li>- Servicios del destino que incluye recursos físicos como infraestructura, recursos naturales y culturales y recursos blandos como asistente, mesero, mayordomo y portero.</li> </ul> <p>*Condiciones medioambientales locales y globales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entorno local: salud, economía, recursos naturales, mercados financieros, etc.</li> <li>- Entorno global:</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
<p>Modeling, Evaluation and Analysis of Tourism Destination Competitiveness: A Case Study of the Yangtze River Delta of China. (Zhu, Zhu, &amp; Zhu, 2014)</p>	<p>Uno de los objetivos del trabajo es desarrollar un modelo más completo para evaluar la competitividad de destinos turísticos, con respecto a las características dinámicas del destino.</p> <p><b>Fortalezas competitivas aparentes</b></p> <p>*Logros turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingresos por turismo</li> <li>- Llegada de visitantes</li> <li>- Ingresos por turismo doméstico</li> <li>- Visitantes domésticos</li> <li>- Ingresos totales por turismo</li> <li>- Total visitantes</li> </ul>
	<p>*Capacidad de operación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación entre el ingreso total por turismo y el producto interno bruto</li> <li>- Número de hoteles con estrellas</li> <li>- Tasa de ocupación de habitaciones en hoteles de turismo</li> <li>- Número total de agencias de viaje</li> <li>- Número total de escenarios de deportes</li> </ul> <p><b>Fortalezas competitivas potenciales</b></p> <p>*Profesionales del turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inscripción total de estudiantes en temas relacionados con turismo</li> <li>- Número de empleados en turismo</li> </ul> <p>*Recursos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abundancia de recursos turísticos</li> <li>- Popularidad de recursos turísticos</li> <li>- Grado de monopolio en recursos turísticos</li> </ul> <p><b>Fortalezas en soporte medioambiental</b></p> <p>*Factores de soporte del medio ambiente natural</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cociente de cobertura verde</li> <li>- Tasa de aguas residuales industriales</li> <li>- Tasa de eliminación de residuos sólidos</li> <li>- Suministro de agua per cápita</li> </ul> <p>*Factores de soporte del entorno económico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PIB per cápita real</li> <li>- Ingreso disponible per cápita</li> <li>- Gastos en consumo per cápita</li> <li>- Extroversión económica</li> </ul> <p>*Factores de soporte del entorno social</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hospitalidad de los residentes</li> <li>- Servicios de telecomunicación (per cápita)</li> <li>- Colecciones en librería públicas</li> </ul>

<b>Título/Autor/Año/País estudio</b>	<b>Aporte – Factores competitividad</b>
Fashioning a destination tourism future: The case of Slovenia. (Dwyer et al., 2012)	<p>Toma 49 atributos importantes para destinos turísticos, agrupados en 6 categorías. Los atributos fueron tomados del estudio de Dwyer et al. (2009), estudio realizado en Australia y ahora aplicado en Eslovenia. Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo turístico sostenible</li> <li>- Marketing</li> <li>- Gestión de riesgos</li> <li>- Cambio climático</li> <li>- Innovación y desarrollo de Productos</li> <li>- Educación turística y de hostelería.</li> </ul>
<p>The possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors.</p> <p>(Navickas &amp; Malakauskaite, 2009)</p>	<p>Utiliza Monitor de competitividad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precios</li> <li>- Factor humano</li> <li>- Infraestructura</li> <li>- Medioambiente</li> <li>- Tecnología</li> <li>- Factor humano en la industria turística</li> <li>- Apertura</li> <li>- Desarrollo social</li> </ul>
<p>The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences.</p> <p>(Kim, 2014)</p>	<p>Proponen modelo de atributos para experiencias memorables en turismo. Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura</li> <li>- Accesibilidad</li> <li>- Historia/cultura local</li> <li>- Fisiografía</li> <li>- Actividades y eventos,</li> <li>- Calidad del servicio</li> <li>- Hospitalidad</li> </ul>
<p>Tourist Motives and Destination Competitiveness: A Gap Analysis Perspective. (Pansiri, 2014)</p>	<p>Realiza análisis de brechas entre percepciones de la demanda y la oferta para estudiar Botswana como destino turístico. El análisis de hallazgos se basó en 14 motivaciones y 104 medidas de competitividad de destino. Determinan cuatro factores de competitividad tomados de revisión de literatura.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Recursos del destino turístico</li> <li>* Condiciones situacionales</li> <li>* Condiciones de demanda</li> <li>* Gestión del destino y estrategias</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<p>* Gestión del destino</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientación e información turística</li> <li>- Existencia de programas turísticos para visitantes</li> <li>- Reconocimiento del sector público de la importancia del desarrollo de turismo sostenible.</li> <li>- Reconocimiento del sector privado de la importancia del desarrollo del turismo sostenible.</li> <li>- Valor del dinero en compra de artículos</li> <li>- Cooperación entre sector público y privado</li> <li>- Calidad del emprendimiento en negocios locales de turismo</li> <li>- Eficiencia en las empresas hostelería (hotelería y alimentos)</li> <li>- Existencia de programas adecuados de educación en turismo</li> <li>- Entrenamiento orientado a responder necesidades del cliente</li> <li>- Visión que refleje valores del turista</li> <li>- Visión que refleje valores de los residentes</li> <li>- Visión que refleje valores de los stakeholders</li> <li>- Visión que refleje valores de la comunidad</li> <li>- Desarrollo y promoción de nuevos destinos turísticos</li> <li>- El destino tiene políticas claras en turismo social (por ejemplo, para personas con discapacidad)</li> <li>- Desarrollo del turismo integrado con desarrollo industria general</li> <li>- Cooperación gubernamental en el desarrollo de la política de turismo</li> <li>- Soporte de residentes a desarrollo turístico</li> <li>- Compromiso del sector público con la educación y entrenamiento turístico</li> <li>- Compromiso del sector privado con la educación y entrenamiento turístico</li> <li>- Estructura de educación y perfil de empleados del turismo</li> <li>- Desarrollo de una marca de destino efectiva</li> <li>- Grado de inversión extranjera en la industria turística</li> <li>- Apreciación de la importancia de la calidad en el servicio</li> <li>- Calidad en servicios turísticos</li> <li>- Capacidades del gerente</li> </ul> <p>*Recursos creados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cocina/ bebidas nacionales</li> <li>- Accesibilidad a los sitios de herencia cultural</li> <li>- Diversidad de actividades atléticas</li> <li>- Equipamiento para actividades atléticas</li> <li>- Centro de visitantes</li> <li>- Servicios de policía útiles</li> <li>- Infraestructura/instalaciones para niños</li> <li>- Telecomunicaciones</li> <li>- Acceso a transporte local</li> <li>- Actividades realizadas en el agua (nadar, pescar, botes, etc.)</li> <li>- Turismo de congresos</li> <li>- Centros de salud y spa</li> <li>- Eventos especiales/festivales</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entretenimiento (teatro, galería, cine, etc.)</li> <li>- Apoyo de la comunidad para eventos especiales</li> <li>- Diversidad de experiencias de compra</li> <li>- Diversión/parques temáticos</li> <li>- Instalaciones médicas para turistas</li> <li>- Instituciones financieras y opciones para intercambio de moneda</li> <li>- Animación</li> <li>- Sistema de telecomunicaciones para turistas</li> <li>- Conexión del destino con mercados de origen (negocios, comercio, etc.)</li> <li>- Requerimiento de visa como impedimento para visitas</li> <li>- Uso de comercio electrónico</li> <li>- Uso de tecnologías de información en las empresas</li> <li>- Acceso a capital de riesgo</li> <li>- Inversión en medio ambiente</li> </ul> <p>*Recursos naturales heredados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso vista vida salvaje y vida vegetal</li> <li>- Interpretación vista vida salvaje y vida vegetal</li> <li>- Atractivo del clima para el turismo</li> <li>- Naturaleza inexplorada</li> <li>- Flora y fauna</li> <li>- Parques naturales</li> <li>- Actividades basadas en naturaleza por ejemplo avistamiento de aves</li> </ul> <p>*Condiciones de seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguridad de los visitantes</li> <li>- Estabilidad política</li> <li>- Valor del dinero en las experiencias en el destino turístico</li> <li>- Valor del dinero en alojamiento</li> </ul> <p>*Soporte en hostelería</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad en los servicios de turismo</li> <li>- Accesibilidad del destino</li> <li>- Comunicación y confianza entre turistas y residentes</li> <li>- Eficiencia aduanas/inmigración</li> <li>- Actitudes de oficiales de aduana e inmigración</li> <li>- Amabilidad de los residentes hacia los turistas</li> </ul> <p>*Condiciones de demanda</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reputación del destino</li> <li>- Imagen del destino</li> <li>- Conciencia internacional de destino</li> <li>- Ajuste entre productos del destino y preferencia del turista</li> <li>- Conciencia internacional de productos del destino</li> </ul> <p>*Condiciones de servicios de aeropuertos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios en el aeropuerto</li> <li>- Mantenimiento y conveniencia aeropuerto</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguridad personal</li> <li>- Amabilidad de la gente</li> <li>*Recursos históricos y culturales heredados               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretación de sitios culturales heredados</li> <li>- Artes tradicionales</li> <li>- Características artísticas y de arquitectura</li> <li>- Sitios turísticos</li> <li>- Patrimonio</li> </ul> </li> <li>*Recursos de deportes creados               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades de invierno</li> <li>- Instalaciones para deportes</li> <li>- Actividades de aventura (por ejemplo, rafting)</li> </ul> </li> <li>*Apoyo organizado a excursiones               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Excursiones organizadas</li> <li>- Grado de conocimiento de lenguas extranjeras de personal de servicio</li> </ul> </li> <li>*Recursos tradicionales y de alojamiento creados               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios de alimentos</li> <li>- Acceso del visitante a áreas naturales</li> <li>- Turismo rural</li> <li>- Calidad y variedad de alojamiento</li> </ul> </li> <li>*Limpieza</li> <li>* Instalaciones para recreación</li> <li>*Nivel de cooperación entre empresas del destino</li> <li>*Vida nocturna (casinos, bares, discotecas)</li> <li>*Investigación en turismo               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de la investigación como entrada a políticas de turismo</li> </ul> </li> </ul>
<p>Analysis on the Factors of Improving Competitiveness in Tourism Management. (Yin, 2013)</p>	<p>Analiza factores del modelo de competitividad turística Calgary y estudia factores ambientales de competitividad turística.</p>
<p>The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. (Cracolici &amp; Nijkamp, 2009)</p>	<p>Evalúan el atractivo relativo de destinos turísticos competidores en Italia, indagan sobre percepciones de los visitantes respecto a un destino de vacaciones.</p> <p>Tienen en cuenta los factores base del modelo de Crouch y Ritchie: calidad de las instalaciones y perfil turístico regional (atributos en un área).</p>
<p>Destination and enterprise management for a tourism future. (Dwyer et al., 2008)</p>	<p>Mediante información obtenida en talleres con actores turísticos australianos, exploran cómo estos pueden afectar el turismo hasta el año 2020. Hacen análisis PEST, factores:</p>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Políticos</li> <li>- Ambientales</li> <li>- Tecnológicos</li> <li>- Demográficos</li> <li>- Sociales</li> </ul>
<p>Competitive importance performance analysis of an Australian wildlife park. (Taplin, 2011)</p>	<p>Estudia desempeño competitivo de destino turístico con IPA (important Performance Analysis) y benchmarking. Establece múltiples factores o atributos y finalmente selecciona 17 para aplicar encuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lugares para sentarse y descansar</li> <li>- Disponibilidad de baños</li> <li>- Calidad de comida y bebida en oferta</li> <li>- Instalaciones en buen estado</li> <li>- Limpieza de lugares</li> <li>- Señalización</li> <li>- Información sobre atracciones</li> <li>- Personal capacitado</li> <li>- Amabilidad del personal</li> <li>- Valor del dinero</li> <li>- Precio pagado</li> <li>- Experiencias educativas</li> <li>- Hacer algo diferente</li> <li>- Tener descanso</li> <li>- Gastar tiempo con familia y amigos</li> <li>- Ver la vida salvaje</li> <li>- Disfrutar la naturaleza.</li> </ul>
<p>Measuring Destination Competitiveness: An Application of the Travel and Tourism Competitiveness Index (2007) (Kayar &amp; Kozak, 2010)</p>	<p>Analiza competitividad turística de países de la Unión Europea y Turquía basándose en del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial. Además, organiza factores de acuerdo con el grado con que son determinantes en la ventaja competitiva de esos países.</p>
<p>Evaluating the Competitiveness of the Tourism Industry in Cambodia: Self-assessment from professionals. (Chen et al., 2008)</p>	<p>Evalúan la competitividad de Camboya como destino turístico, consultando con expertos que también evaluaron la industria turística camboyana comparándola con sus principales competidores, como Tailandia, Malasia, Vietnam y Singapur. Hay nueve categorías principales junto con 37 subcategorías y 122 indicadores en total empleados para medir la competitividad camboyana en general del turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dotación de recursos</li> <li>- Recursos creados</li> <li>- Factores de apoyo</li> <li>- Demanda</li> <li>- Desempeño del mercado</li> <li>- Tecnología</li> <li>- Apertura</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
Is sustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study. (Juan Ignacio Pulido-Fernández et al., 2015)	Utiliza información de Foro Económico Mundial de 128 países y muestran que los avances en sostenibilidad turística no afectan los principales indicadores económicos ni disminuye competitividad. Utiliza indicadores WEF e identifica 10 factores de un total de 36, como determinantes de competitividad y pondera su importancia relativa, observando el estudio de Crouch y Ritchie.
Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? (Webster & Ivanov, 2014)	Indagan sobre el impacto de la competitividad de un destino en la contribución del turismo al crecimiento económico con 131 países. Los hallazgos indican que la competitividad del destino turístico no tiene un impacto estadísticamente significativo en la contribución del turismo al crecimiento económico. La competitividad de destino se mide con el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial (WEF).
A DEA Travel – Tourism Competitiveness Index. (Martí et al., 2015)	El objetivo del trabajo fue crear un índice compuesto de la competitividad de viajes y turismo para clasificar a 139 países. Usan los datos del Informe de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial y con la técnica de análisis envolvente de datos (DEA) calculan eficiencia, también analizan competitividad por área geográfica e ingresos.
Exploring destination resources and competitiveness-A comparative analysis of tourists' perceptions and satisfaction toward an island of Taiwan (C. M. Chen et al., 2016)	Exploran la noción de recursos de destino y competitividad a través de análisis comparativos de las percepciones y satisfacción de los turistas, en la Isla Kinmen de Taiwán. 577 turistas fueron entrevistados. Tienen en cuenta los factores establecidos por Dwyer y Kim.
Identifying drivers of destination attractiveness in a competitive environment: A comparison of approaches. (Mikulić, Krešić, Prebežac, Miličević, & Šerić, 2016)	Buscando explorar los determinantes claves tanto del atractivo como de la competitividad, los investigadores usan con frecuencia el análisis de importancia-desempeño (IPA). Esta herramienta analítica, introducida originalmente por Martilla y James (1977) ha sido aplicada a destinos turísticos en su versión original y modificada. La idea de IPA es comparar la importancia y el rendimiento de los atributos focales de un servicio destino turístico. Estas dos dimensiones de atributo se trazan en una matriz que se divide en cuatro cuadrantes. Cada cuadrante tiene implicaciones distintas para los atributos que comprende. En este trabajo se estudia Croacia como destino turístico. Atributos estudiados. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Belleza natural</li> <li>- Preservación ecológica</li> <li>- Satisfacción personal</li> <li>- Accesibilidad en el transporte</li> </ul>



Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad hotelera</li> <li>- Hospitalidad local</li> <li>- Herencia cultural</li> <li>- Actividades de entretenimiento</li> <li>- Calidad de restaurantes</li> <li>- Oportunidades de recreación y deportes</li> <li>- Oportunidades de compra</li> <li>- Valor del dinero</li> </ul>
<p>Reinterpreting the World Economic Forum's global tourism competitiveness index. (Pulido-Fernández &amp; Rodríguez-Díaz, 2016)</p>	<p>Toman índice de competitividad de viajes y turismo del Foro Económico Mundial que, para el autor, tiene una ponderación arbitraria de variables, y propone una nueva estandarización y obtienen ranking de países distinto al del FEM, que permite un mayor ajuste de la ponderación de cada pilar y la medición de diversos grados de competitividad del turismo.</p>
<p>The effects of UNESCO World Heritage List inscription on tourism destinations performance in Italian regions. (Cuccia, Guccio, &amp; Rizzo, 2016)</p>	<p>El trabajo explora los efectos de pertenecer a la lista de patrimonio cultural de la Unesco en el fomento de la competitividad de destinos turísticos. Los hallazgos empíricos (investigación realizada en Italia) muestran que la dotación cultural y ambiental, así como la infraestructura en la región, afectan positivamente la eficiencia técnica, mientras que la presencia de sitios en la lista de patrimonio cultural ejerce efectos negativos en el rendimiento de destinos turísticos.</p> <p>*Atractivo en lista de patrimonio cultural de la Unesco</p>
<p>Tourism Competitiveness Evaluation and Spatio-temporal Characteristics of Chinese Border Counties. (Shi et al., 2016)</p>	<p>En China, el gobierno ha establecido estrategia gubernamental en cuanto a construir el cinturón económico de la Ruta de la Seda, así el turismo en condados fronterizos chinos se está haciendo más popular. El estudio consistió en fundar un modelo de evaluación de competitividad del turismo basado en ocho factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Medio ambiente natural</li> <li>*Recursos turísticos</li> <li>*Ubicación y transporte</li> <li>*Ambiente social</li> <li>*Servicio de turismo</li> <li>*Puerto fronterizo</li> <li>*Cluster industrial de turismo</li> <li>*Mercado turístico.</li> </ul> <p>Los resultados mostraron que los recursos turísticos, ubicación y transporte y servicio turístico son los factores de competencia más importantes, para el caso de condados fronterizos en China.</p>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
Resource-based destination competitiveness evaluation using a hybrid analytic hierarchy process (AHP): The case study of West Virginia. (Zhou et al., 2015)	<p>Para este estudio, la competitividad del destino se define como la superioridad del rendimiento relativo de un destino en relación con otros destinos percibido por los turistas. Consta de varios componentes críticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Un destino</li> <li>*Bienes / servicios o experiencias turísticas</li> <li>*Sensación de viaje</li> <li>*Comparación con otros destinos.</li> </ul>
Homogeneity analysis of south-eastern European countries according to tourism competitiveness performances. (Jovanović et al., 2014)	Estudian la competitividad de países del Sudeste de Europa con el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo y el Índice de Competitividad Global, también exploran correlación entre estos dos índices.
From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. (Croes & Kubickova, 2013)	Diseñan un índice de clasificación para destinos turísticos basado en teoría de competitividad, tiene en cuenta satisfacción, productividad y calidad de vida. El estudio indica que una medida significativa de la competitividad del turismo es el rendimiento, adicionalmente muestra inconsistencias en comparación con el ranking del turismo del Foro Económico Mundial (WEF).
Assessment of Tourist Competitiveness by Analysing Destination Efficiency. (Cracolici, 2006) Italia	Usa modelo de Crouch y Ritchie para determinar eficiencia en destinos turísticos, usando datos de 103 regiones de Italia, usa frontera de eficiencia y análisis envolvente de datos.
The Relationship Between Destination Performance, Overall Satisfaction, and Behavioral Intention for Distinct Segments. (Uysal, 2008)	<p>Exploran la relación entre el rendimiento del destino turístico, la satisfacción general y la intención conductual de diversos segmentos de mercado, en el caso de visitantes canadienses en Las Vegas. Realizan análisis de componentes principales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Atributos de desempeño del destino: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variedad de actividades</li> <li>- Instalaciones para compras</li> <li>- Entretenimiento</li> <li>- Oportunidades de excursión</li> <li>- Calidad restaurantes</li> <li>- Eventos</li> <li>- Calidad instalaciones juego</li> <li>- Estándar de limpieza e higiene</li> <li>- Calidad alojamiento</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Clima confiable</li> <li>- Ambiente del lugar</li> <li>- Variedad de atracciones naturales</li> <li>- Tarifas de habitación asequibles</li> <li>- Valor del dinero</li> <li>- Idoneidad para diferentes tipos de vacaciones</li> </ul> </li> </ul>

<b>Título/Autor/Año/País estudio</b>	<b>Aporte – Factores competitividad</b>
Tourism Competitiveness and the Role of Fractionalization. (Das & Dirienzo, 2012)	Explora el impacto del fraccionamiento etnolingüístico en la competitividad del turismo, utiliza el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo de 2009, los resultados muestran que el fraccionamiento etnolingüístico afecta negativamente la competitividad del turismo entre países, siendo menor el efecto en países más ricos.
An evaluation model of urban tourism competitiveness. (Li, Li, & Liang, 2011)	<p>La competitividad básica se compone de dotación de recursos turísticos, demanda turística y la estructura industrial del turismo.</p> <p>*Dotación de recursos turísticos (Recursos naturales, culturales, actividades, eventos, etc.)</p> <p>*Demanda</p> <p>*Estructura de la industria</p>
The destination competitiveness of Kinmen's tourism industry: exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism. (C.-M. Chen, Chen, & Lee, 2011)	<p>Explora la noción de competitividad de destino turístico y su relación con la percepción de los turistas, la apreciación del desempeño del servicio y la satisfacción de los turistas. El estudio se realiza en Kinmen China. Factores:</p> <p>Tarifa de reservas</p> <p>Reliquias históricas</p> <p>Paisajes</p> <p>Seguridad de viaje</p> <p>Hospitalidad local</p> <p>Especialidades locales</p> <p>Instalaciones de entretenimiento</p> <p>Tarifa de viaje baja</p>
Competitiveness of tourist destinations: the study of 65 key destinations for the development of regional tourism. (Luiz Gustavo Medeiros Barbosa, Oliveira, & Rezende, 2010)	<p>Elabora metodología que incluye 13 aspectos que pretenden captar los elementos clave de la competitividad de un determinado destino turístico. El estudio es realizado en Brasil.</p> <p>Infraestructura general</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de proveer cuidado médico a los turistas en el destino</li> <li>- Estructura urbana en áreas turísticas</li> <li>- Suministro de electricidad</li> <li>- Servicios para la protección del turista</li> </ul> <p>Acceso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al transporte aéreo</li> <li>- Autopistas</li> <li>- Otro tipo de acceso (ferrocarril, acuático)</li> <li>- Sistema de transporte en el destino</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<p>Servicios y equipamientos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Señalización turística</li> <li>- Centros de información turística</li> <li>- Espacio para eventos</li> <li>- Capacidad de alojamiento</li> <li>- Capacidad de recepción de turistas</li> <li>- Cualificación profesional</li> <li>- Restaurantes</li> </ul> <p>Atractivos turísticos (naturales, culturales, eventos, creaciones técnicas, científicas y artísticas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grado de uso actual</li> <li>- Representatividad</li> <li>- Apoyo local</li> <li>- Estado de conservación del entorno circundante/ambiente</li> <li>- Infraestructura</li> <li>- Acceso</li> </ul> <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de marketing</li> <li>- Participación en ferias y eventos</li> <li>- Materiales promocionales</li> <li>- Sitio web del destino turístico</li> </ul> <p>Políticas públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grado de cooperación con el gobierno regional</li> <li>- Grado de cooperación con el gobierno nacional</li> <li>- Planificación</li> <li>- Existencia de cooperación entre los sectores privado y público.</li> </ul> <p>Cooperación regional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobernanza</li> <li>- Proyectos de cooperación regional</li> <li>- Planificación de itinerario</li> <li>- Promoción y soporte para la actividad comercial</li> </ul> <p>Monitoreo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación de demanda</li> <li>- Investigación sobre el suministro</li> <li>- Sistema de estadísticas turísticas</li> <li>- Medición de los impactos de las actividades turísticas</li> <li>- Estudios sectoriales específicos e investigación del destino.</li> </ul> <p>Economía local</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación relativa del sector privado en la economía local</li> <li>- Infraestructura de comunicación</li> <li>- Infraestructura comercial</li> <li>- Emprendimientos y eventos que proporcionan apalancamiento</li> </ul> <p>Capacidad empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calificación profesional</li> <li>- Presencia de grupos nacionales e internacionales en el sector turístico</li> </ul>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barreras de competencia e ingreso</li> <li>- Número de empresas de gran tamaño, afiliadas y / o subsidiarias.</li> </ul> <p>Aspectos sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación</li> <li>- Empleos generados por el turismo</li> <li>- Política para enfrentar y prevenir la explotación sexual</li> <li>- Uso de atracciones y equipos turísticos por parte de la población</li> <li>- Conciencia cívica</li> <li>- Conciencia y participación en la actividad turística</li> </ul> <p>Aspectos ambientales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura ambiental y legislación local</li> <li>- Actividades potencialmente contaminantes.</li> <li>- Red pública agua potable</li> <li>- Red pública para la recolección y tratamiento de aguas residuales</li> <li>- Recolección y disposición de residuos</li> <li>- Unidades de conservación en territorio municipal.</li> </ul> <p>Aspectos culturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producción cultural asociada al turismo</li> <li>- Patrimonio histórico y cultural</li> <li>- Estructura municipal para apoyo cultural.</li> </ul>
<p>Tourism competitiveness Serbia Stakeholders Perceptions Finite population correction factor. (Drakulic, Kavacevic, Stankov, &amp; Dragicevic, 2017)</p>	<p>Analiza aplicabilidad del modelo de competitividad de Ritchie y Crouch para la evaluación de las ventajas y desventajas del turismo en South Banat en Serbia, una región relativamente pequeña y desconocida con turismo subdesarrollado. Se encontró que el modelo era adecuado para la aplicación pretendida.</p>
<p>Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. (Andrades &amp; Dimanche, 2017)</p>	<p>Discute el estado del turismo en Rusia, a través de los determinantes de la competitividad de destino y evaluar los desafíos que enfrenta el país en sus esfuerzos por desarrollar el turismo como medio para el desarrollo y el crecimiento económico. Utiliza modelo de Crouch y Ritchie.</p>
<p>Tourism competitiveness in the Caribbean. (Bolaky, 2011)</p>	<p>El artículo analiza determinantes de competitividad turística en el Caribe, utilizando datos de panel para el período 1995-2006, basados en una versión aumentada de un modelo empírico de Craigwell (2007). La medida ex post de competitividad utilizada es la proporción de turistas de origen mundial procedentes de Canadá, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte y Estados Unidos de América que llegan a un destino del Caribe. Utiliza componentes del Monitor de Competitividad de Viajes y Turismo y del Índice de Competitividad del Foro Económico Mundial.</p>

Título/Autor/Año/País estudio	Aporte – Factores competitividad
Índice de Competitividad en Viajes y Turismo 2011: análisis comparativo entre los destinos turísticos México, Japón, República Popular China y Singapur. (Carrillo, Alejandro, & Olivera, 2013)	Combina indicadores macroeconómicos con el Índice del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del año 2011, del World Economic Forum, para examinar el desempeño de China, Singapur, México y Japón.
Competitividad y producción turística: diferentes medidas de la evolución del destino (Fumi et al., 2016)	Analiza variables de productividad y desarrollo del sector turístico, tomando medidas involucradas en el monitor de competitividad turística y el índice de Competitividad de Viajes y Turismo. Estudiaron 15 países agrupados de acuerdo con el potencial competitivo para el turismo durante 2008-2015. Los resultados señalan que, aunque un país disminuya su competitividad en turismo, puede mostrar progreso en cuanto a generación de empleo, también en el incremento del gasto de turistas extranjeros y en el total de inversión en el sector. La falta de relación directa y positiva fue observada en todos los países; sin embargo, fue mayor en países con menor grado de desarrollo económico.

A continuación, se presenta una descripción de los factores señalados como Factores Críticos de Éxito por los entrevistados y el respectivo análisis de los mismos. Se encuentran ordenados de forma descendente.

- 1) **Capacitación en el recurso humano en servicio al turista:** es el factor más importante para los expertos entrevistados, consideran que se requiere una excelente capacitación específicamente en servicio al cliente para las empresas prestadoras de servicios turísticos. Se debe trabajar sobre la premisa de que al cumplir las expectativas del turista y procurar una gran experiencia se da paso a la posibilidad no solo de que el mismo turista vuelva si no que recomiende y traiga consigo a más personas, para ello es primordial el cambio de mentalidad- cultura y actitud frente a la atención del turista.

La atención al cliente es crucial ya que la competitividad de un destino turístico respecto a otros destinos alternativos, depende de su capacidad de brindar bienes y servicios en mejores circunstancias en temas como la experiencia turística, factores de indiscutible importancia para los potenciales turistas (Ramos, Ramos y

Ramos, 2004). En este contexto, el recurso humano es el elemento diferenciador para las empresas, constituyéndose como el activo más valioso que les permite aumentar sus ingresos y ser competitivas (Dos Anjos, Limberger, Gadotti, y Domareski, 2011).

Las personas consultadas, especialmente en Villa de Leyva, también se refirieron al bilingüismo como un aspecto relevante y potencial para el turismo, en este sentido, se requiere de capacitación o la inserción de personas hábiles en un segundo idioma, especialmente del inglés, para mejorar en general la cultura y servicio al cliente.

El recurso humano constituye una preeminencia comparativa cuando hay ventajas en costo o calidad en el recurso; sin embargo, en el caso del turismo en Boyacá se debe construir ventaja, mejorar el recurso humano en condiciones que preste un mejor servicio al cliente. La capacitación del recurso humano se encuentra en el modelo de Crouch y Ritchie dentro de la gestión del destino turístico. En el modelo de Dwyer y Kim se encuentra la calidad en el servicio dentro de los factores de soporte, además la hospitalidad que se refiere a la actitud de la población frente a los turistas en el destino, adicionalmente, el desarrollo del recurso humano es un aspecto central en el modelo.

El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial (WEF), en el subíndice ambiente apto, se encuentra el recurso humano y mercado laboral. En el monitor de competitividad reside el indicador de factor humano en la industria turística. Por otra parte, en el modelo de Heath dentro de potenciadores de experiencia (que corresponde a uno de los componentes de la base en el esquema de la casa), reside la excelencia en el servicio como factor crítico de éxito, además prioriza el factor humano y su desarrollo.

Partiendo del objetivo propuesto por la Gobernación de Boyacá al pretender incrementar la competitividad turística del departamento, debe tener en cuenta que el turismo es un sector prestador de servicios y por ello es necesario comprender el papel fundamental que desempeñan las personas en el suministro del servicio y adquirir y gestionar competencias en servicio al cliente. No sirve de

mucho la inversión en tecnología o técnicas de gestión, renovación de instalaciones si no se cuenta con personal capaz de prestar un buen servicio al cliente, acorde con sus expectativas, necesidades y deseos (Bañuls, Belén & Rodríguez, 2007).

**2) Infraestructura vial:** es el segundo factor en importancia, es un factor crítico de éxito. En general, para el desarrollo de la región de todas las actividades económicas, se requiere un mejoramiento de las vías de acceso. Boyacá adolece de rutas locales y de conexión adecuada entre municipios, incluso, se puede decir que los accesos viales presentan un estado deprimente. De acuerdo con la justificación de los expertos en cuanto a este factor crítico, ellos indican que si las vías están en buenas condiciones de acceso, se puede ampliar el turismo, además sería posible transportar los productos agrícolas locales hacia otras regiones del país. Una adecuada infraestructura vial y conectividad aérea son necesidades imperantes para poder pensar en promocionar los diferentes destinos en Boyacá.

En el modelo de Crouch y Ritchie se contempla la infraestructura del destino (carreteras, autopistas, servicios de transporte) y la calidad en la estructura de transporte. En Dwyer y Kim (2003), en factores de soporte está infraestructura general, también acceso al destino. En el índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, en el índice de infraestructura se encuentra infraestructura de transporte aéreo, infraestructura terrestre y puertos e infraestructura de servicios turísticos; por otra parte, en el monitor de competitividad también contemplan el indicador de infraestructura en el destino, ya que permite facilita el acceso al turismo. En el modelo de Heath en suministro de habilitadores (base de la casa) se encuentra la infraestructura, carreteras y aeropuertos.

En el recorrido que realizaron los entrevistadores, se pudo observar que algunos municipios necesitan atención inmediata, son los casos específicos de la vía que comunica a Tunja con el Nevado del Cocuy y Pie de Monte Llanero, específicamente hacia el municipio de Garagoa, las cuales se encuentran en muy mal estado, lo que impacta directamente en la actividad turística, ya que los costos de desplazamiento se aumentan y lógicamente desmotiva la visita del turista que preferirá buscar otras opciones más agradables como destino para realizar su viaje, uno de los expertos indica: “La



*situación de las vías a pesar de que el transporte es regular desde la capital de la república y es un transporte periódico, desafortunadamente con las vías la situación deja mucho que desear. Se requiere mayor inversión para superar esta debilidad”, otro experto indica que “se requiere una mejora de infraestructura vial que posibilite una oferta complementaria de servicios de calidad para el visitante”.*

Al parecer, la gobernación del departamento es consciente de la importancia de este factor y para el desarrollo y posicionamiento turístico y está trabajando en este aspecto, de acuerdo a lo que manifiestan: *“tenemos en el departamento mucha riqueza por explotar, pero el turista no está dispuesto a transitar vías en mal estado, entonces hay que trabajar bastante. Creo que el gobernador lo ha entendido, pero debe haber inversión en conectividad vial”.*

**3) Promoción:** en orden descendente le sigue este factor, especificado como la necesidad de una promoción agresiva a nivel nacional e internacional a través de los diferentes medios de comunicación de los destinos y riquezas que posee Boyacá. En el aspecto relacionado con la promoción, se debe trabajar con ahínco en dar a conocer a Boyacá en los niveles nacional e internacional, ya que de acuerdo con los expertos no existen productos ni proyectos promocionales bien estructurados si se comparan los destinos de Boyacá con otros destinos nacionales.

En Boyacá no se han diseñado productos turísticos de manera técnica y teniendo en cuenta elementos de diseño de producto y de coordinación entre agentes que los suministran. Si no existe claridad en productos turísticos, es de esperar que no haya claridad en qué promocionar ni en dónde o en el cómo. En general, los elementos de mercadeo turístico de Boyacá están descuidados.

El marketing está en la gestión del destino en el modelo de Crouch y Ritchie, dentro de recursos de soporte. En el modelo de Heath en Marco estratégico y holístico de comercialización de destino y estrategia están los elementos de marketing como el desarrollo de una imagen positiva del destino, estrategia de posicionamiento y marca competitiva; marketing efectivo de segmento y gestión de marca, además la formulación de estrategias innovadoras de

marketing e implementación de estrategias ganadoras de marketing mix.

- 4) **Articulación y continuidad en políticas públicas para el sector:** los expertos indican que es fundamental la continuidad, coordinación y coherencia en la política turística, en todos los niveles, nacional, regional y local. Con los cambios de gobierno se generan nuevas políticas y formas de ver y gestionar el turismo, así que no hay continuidad, ni una visión que permita a los gobernantes guiar los recursos a la consecución de resultados. Por otra parte, no hay coordinación entre las políticas públicas de los distintos niveles regionales lo que genera desperdicio de recursos y acciones individuales y aisladas.

El sector público trabaja en muchos casos sin tener en cuenta las necesidades y fortalezas del sector privado de las empresas. El sector público debería tomar el papel de articulador entre lo público y lo privado y facilitar acuerdos que modulen también el entorno interno del sector privado o empresarial.

El modelo de Crouch y Ritchie plantea como parte de su modelo la política, planeación y desarrollo del destino, también indican la regulación gubernamental y voluntad política como elementos que se encuentran en recurso de soporte. En el modelo de Dwyer y Kim los aspectos políticos, gubernamentales y regulatorios aparecen como condiciones situacionales. En el modelo de Hath la voluntad política es un Factor Crítico de Éxito y como elemento importante para el turismo está el fomento y formación de asociaciones y alianzas apropiadas y mutuamente beneficiosas.

- 5) **Sostenibilidad:** los expertos indican que la sostenibilidad económica, ambiental y social es un Factor Crítico de Éxito para el turismo en Boyacá. Es necesaria la conservación e incluso recuperación de activos turísticos como el Lago de Tota. Es de público conocimiento la reducción de la laguna por el cultivo de cebolla, la contaminación, el mal manejo de residuos que afectan este atractivo turístico. Lo económico no puede ir en detrimento de aspectos ambientales, debe haber incentivos para equilibrar los beneficios en los ámbitos de la sostenibilidad.

El aspecto de la sostenibilidad no es tenido en cuenta directamente en el modelo de Crouch y Ritchie, no obstante, Dwyer y Kim reconocen inicialmente que la competitividad del destino no es un fin en sí mismo, sino que es un medio para la prosperidad económica; también incluyen como parte del modelo e indicadores la gestión medioambiental. En Índice de competitividad de viajes y turismo del Foro Económico Mundial, establece en el índice de viajes y turismo y condiciones favorables el pilar de sostenibilidad ambiental. Por otra parte, el monitor de competitividad incluye el desarrollo social.

En el modelo de Heath se presenta como componente del modelo la política y marco de desarrollo sostenible, que incluye la creación de una política de turismo y un marco legislativo, la gestión responsable de recursos y capacidades, el estimular un clima de inversión positivo, implementar estrategias para asegurar una transformación apropiada en la industria, adhesión a los principios ambientales sostenibles, además el aseguramiento de un marco institucional y de financiación apropiado y efectivo.

**6) Planeación del destino:** son necesarios elementos de gestión del destino y para los expertos el turismo en Boyacá se adolece de escasa planificación y de estudios estadísticos y de investigación que arroje datos que permitan planificar la gestión de los destinos, adicionalmente el problema de baja coordinación entre agentes públicos de los distintos niveles y de estos con agentes privados y de los agentes privados entre sí hacen de la tarea de planificación una labor difícil y por tanto descuidada, pues la dificultad y complejidad hacen que las instituciones públicas y privadas no planifiquen a largo plazo y con base en información técnica. En numerosos casos, el bajo conocimiento sobre gestión y sobre el sector turístico hace que los gobernantes y planificadores opten por medidas ineficientes e ineficaces haciendo que los recursos se malgasten.

En el modelo de Crouch y Ritchie está la Gestión del destino que comprende marketing, información e investigación, monitoreo, financiación, desarrollo del recurso humano, gestión de crisis y mantenimiento y gestión de recursos turísticos. El modelo de

Dwyer y Kim indica que la gestión del turismo encierra la gestión de marketing del lugar como un todo; la planeación y desarrollo requiere compromiso del sector privado, público y la comunidad; la organización en la gestión que implica la coordinación entre agentes y sistemas de información en los distintos niveles y áreas de gobierno que gestionan un destino turístico y la provisión de información con sistemas de información adecuados para comprender necesidades del cliente, marketing y monitoreo y evaluación. En el modelo de Heath también se presenta un marco estratégico con la habilitación de los actores del turismo para realizar sus papeles de manera óptima y visión compartida, además, en el modelo de Heath se menciona como factor crítico de éxito la respuesta estratégica a cambios en los entornos macro, competitivo y de mercado, lo cual implica la planeación estratégica del destino turístico.

Estos seis, de acuerdo con este estudio, son los factores críticos de éxito para el turismo en Boyacá, resultantes de la aplicación de cuestionarios y su complemento con entrevistas a expertos en turismo. Cabe destacar que aparecen más, pero la técnica de FCE, precisamente indica que se deben seleccionar solo algunos, los más importantes, en los cuales se debería centrar la atención y gestión de quienes planifican y dirigen recursos al turismo.

**Tabla 2:** Factores Críticos de Éxito para el Turismo en Boyacá

Capacitación y desarrollo del recurso humano para el turismo (servicio al cliente – bilingüismo)
Desarrollo de infraestructura vial
Marketing - promoción de destinos turísticos (desarrollo de productos turísticos, promoción, precio, procesos de turismo)
Articulación y continuidad en políticas públicas para el sector
Sostenibilidad (económica - ambiental - social)
Planificación de destinos turísticos

Fuente: Estudio Factores Críticos de Éxito