

LA CADENA DE VALOR DE DESTINOS TURÍSTICOS

DIANA CRISTINA RODRÍGUEZ MORENO

JOSÉ LUIS CRUZ VÁSQUEZ



La cadena de valor de destinos turísticos / Rodríguez Moreno, Diana Cristina; Cruz Vásquez, José Luis. Tunja: Editorial UPTC, 2021. 103 p.

ISBN DIGITAL 978-958-660-488-0

1. Cadena de Valor. 2. Destino Turístico. 3. Competitividad. 4. Actividades primarias. 5. Actividades de apoyo. 6. Tunja.

(Dewey 338.7/21).



Uptc[®]
Universidad Pedagógica y
Tecnológica de Colombia



Primera Edición, 2021

La cadena de valor de destinos
turísticos

ISBN DIGITAL 978-958-660-488-8

Colección de Investigación UPTC N^o.
187

© Diana Cristina Rodríguez Moreno, 2021

© José Luis Cruz Vásquez, 2021

© Universidad Pedagógica y
Tecnológica de Colombia, 2021

Editorial UPTC

Edificio Administrativo – Piso 4
Avenida Central del Norte 39-115,
Tunja, Boyacá
comite.editorial@uptc.edu.co

Rector, UPTC

Óscar Hernán Ramírez

Comité Editorial

Manuel Humberto Restrepo Domínguez, Ph. D.

Enrique Vera López, Ph. D

Yolima Bolívar Suárez, Mg.

Sandra Gabriela Numpaque Piracoca, Mg.

Olga Yaneth Acuña Rodríguez, Ph.D.

María Eugenia Morales Puentes, Ph.D.

Edgar Nelson López López, M. g.

Zaida Zarely Ojeda Pérez, Ph. D.

Carlos Mauricio Moreno Téllez, Ph.D.

Editora en Jefe:

Lida Esperanza Riscanevo Espitia, Ph. D.

Coordinadora Editorial:

Andrea María Numpaque Acosta, Mg.

Corrección de Estilo

Liliana Muñoz

Diseño editorial

Laura Camila Rueda Rodríguez

Libro financiado por la Dirección de Investigaciones de la UPTC. Se permite la reproducción parcial o total, con la autorización expresa de los titulares del derecho de autor. Este libro es registrado en Depósito Legal, según lo establecido en la Ley 44 de 1993, el Decreto 460 de 16 de marzo de 1995, el Decreto 2150 de 1995 y el Decreto 358 de 2000.

Libro resultado de investigación con SGI 2859

Citar este libro / Cite this book: Rodríguez Moreno, D. & Cruz Vásquez J. (2021). La cadena de valor de destinos turísticos. Tunja: Editorial UPTC. doi: <https://doi.org/10.19053/9789586604888>

THE VALUE CHAIN OF TOURIST DESTINATION

Resumen: El objetivo es presentar un modelo de cadena de valor para el análisis de destinos turísticos, teniendo en cuenta las actividades de la cadena propuestas por Porter y la revisión de literatura sobre la cadena de valor para el sector del turismo; con la propuesta del modelo de cadena de valor para destinos turísticos, se hace análisis de la cadena de valor turística para la ciudad de Tunja – Boyacá.

Palabras clave: Cadena de Valor; Destino Turístico; Competitividad; Actividades primarias; Actividades de apoyo; Tunja.

Abstract: The objective is to present a value chain model for the analysis of tourist destinations, taking into account the activities of the chain proposed by Porter and the literature review on the value chain for the tourism sector; With the proposal of the value chain model for tourist destinations, an analysis is made of the tourist value chain for Tunja - Boyacá.

Keywords: Value chain; Tourist destination; Competitiveness; Primary activities; Support activities; Tunja.



Contenido

INTRODUCCIÓN	7
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
Competitividad de destinos turísticos	12
La cadena de valor	15
La cadena de valor turística	20
Cadena de valor de un destino turístico de Fabricius.	23
Cadena de valor turística de Yilmaz.	25
Cadena de valor Weiermair.	26
Cadena de valor turística de Mwesiumo y Halpern	27
Cadena de valor de Zhao.	28
La cadena de valor global del turismo de Schamp	29
La cadena de valor de un destino turístico de Pulido y López.	31
Actores de la cadena de valor turística tradicional - Lao y Hu.	32
Agentes de la cadena de valor – Mwesiumo y Halpern	33
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	41
Contexto de la investigación y planteamiento del problema.	41
Metodología de la investigación.	46
RESULTADOS.	53

DISCUSIÓN.	73
CONCLUSIONES.	87
BIBLIOGRAFÍA.	92

INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector que produce bienes y servicios relacionados con distintas industrias, en él, participan numerosos clientes – turistas y proveedores de servicio de variados sectores comerciales que compiten y cooperan (Saéz, 2009). El turismo es una compleja combinación de productos complementarios que concurren al mercado de viajes, como alojamiento, transporte, comida, entretenimiento, patrimonio cultural, compras, entre otros; adicionalmente, el turista debe trasladarse hacia este producto para su consumo, lo cual constituye un patrón opuesto comparado con productos convencionales (Ndivo & Cantony, 2016).

El turismo es un fragmento de mucha importancia para la economía de todo el planeta, y que ha presentado crecimiento sostenido y significativo en las últimas tres décadas; ha aportado beneficios a quienes participan en su cadena de valor como, gobiernos, proveedores, intermediarios y turistas (Song, Liu, & Chen, 2013). El turismo es fuente de ingresos, aporte de divisas, creación de empleo y distribución de prosperidad en múltiples territorios (Setthachotsombut & Sua-iam, 2020). Es un sector que diversos gobiernos han impulsado con el objeto de convertirlo en motor de desarrollo y competitividad de zonas rurales, ciudades y regiones.

Porter, desarrolló el concepto de cadena de valor en 1985, como un modelo para observar, describir y analizar las actividades generadoras de valor para el cliente en una organización de tipo empresarial, también,



como una herramienta que permite estudiar la manera de lograr ventaja competitiva, mediante la revisión de las actividades que realiza la empresa y la forma en que estas se relacionan o articulan.

La cadena de valor, es un conjunto de actividades necesarias para transformar materias primas en producción terminada y llevarla hasta la venta al consumidor (Tejada & Liñán, 2008); describe la ruta de un producto desde su fuente de materias primas, hasta el consumo por el cliente; posteriormente a los servicios posventa y eliminación de desechos (Schamp, 2007). La cadena de valor, representa movimientos requeridos para generar y mantener un producto desde su conceptualización, producción y consumo, notando las acciones que se ejercen entre actividades y agentes económicos involucrados en el comercio (Widiyastuti, Mukhlison., Kamulyan, & Ermawati, 2020).

Boyacá, al igual que todos los departamentos de Colombia, posee abundancia en recursos naturales, arquitectónicos, culturales y gastronómicos, pero, desafortunadamente, el sector no ha logrado incrementar su competitividad debido, entre otras razones, a la dinámica desordenada de la actividad empresarial y a la escasez de información sobre el sector (Colciencias, 2012). Tunja, es la capital de Boyacá, fundada en 1539, edificada sobre la antigua ciudad muisca Hunza, está localizada en el centro del departamento, aproximadamente a 120 km de Bogotá. La ciudad de Tunja, también cuenta con recursos arquitectónicos, culturales y religiosos aprovechables para el turismo.

En este trabajo se seleccionó la cadena de valor como instrumento para el análisis de destinos turísticos, a partir de la revisión de la literatura

LA CADENA DE VALOR DE DESTINOS TURÍSTICOS

relacionada con las cadenas de valor para el turismo; posteriormente, se aborda la descripción de la cadena de valor de Tunja como destino turístico.

Este documento esta organizado de la siguiente manera: primero, se presenta la fundamentación teórica, que señala la importancia y aportes del sector turístico para la economía mundial; después, se hace una aproximación a los aspectos relacionados con la competitividad en destinos turísticos; subsecuentemente, se desarrolla el planteamiento de la cadena de valor de Porter; luego se encuentran los aportes sobre la cadena de valor del turismo; consecutivamente, los esquemas y modelos sobre la cadena de valor aplicada al turismo y agentes que participan en la misma.

El siguiente apartado, señala el contexto de la investigación y la metodología utilizada en el estudio. En el contexto, se describe a Tunja y sus atracciones. La tercera parte del trabajo, muestra los resultados del estudio teórico, el esquema de cadena de valor para destinos turísticos, además, el caso la cadena de valor de Tunja como destino turístico. En el quinto segmento, se despliega la discusión que trata el modelo de cadena de valor y la aplicación al caso, con algunas recomendaciones, finalmente, las conclusiones.



