

## Artículos Originales

## Análisis de la competitividad turística de cuatro departamentos de Colombia

### Analysis of the tourism competitiveness of Four departments of Colombia

Ferney Santiago Neme Morales<sup>1</sup> Daniel Santiago Ovalle Gil<sup>1</sup> Ana María Ayala Ayala<sup>2</sup> María Alejandra Ortiz Pérez<sup>1</sup> Alison Brigitte Martínez Collazos<sup>1</sup> Diego Felipe Ocampo Otavo<sup>1</sup> Jhana Daniela Rodríguez Velásquez<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Escuela de Turismo y Gastronomía, Programa de Administración Turística, Bogotá, Bogota D.C., Colombia

<sup>2</sup> Escuela de Turismo y gastronomía, Programa de Administración Turística, Bogotá, Bogota D.C., Colombia

**Cómo citar este artículo:**

Neme Morales, F., Ovalle Gil, D., Ayala Ayala, A., Ortiz Pérez, M., Martínez Collazos, A., Ocampo Otavo, D., & Rodríguez Velásquez, J. (2024). Análisis de la competitividad turística de cuatro departamentos de Colombia. *Gestión Ingenio Y Sociedad*, 5(1), 12-20. Recuperado de <http://gis.unicafam.edu.co/index.php/gis/article/view/168>

**Resumen**

Los indicadores de competitividad turística proporcionan una serie de medidas cuantitativas y cualitativas que permiten a los gobiernos, las organizaciones turísticas y las empresas en el sector comprender mejor su posición en el mercado y tomar decisiones informadas para mejorar su competitividad. Estos desempeñan un papel crucial en la evaluación y mejora de la industria del turismo en un destino específico. En Colombia, el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia lo desarrolla la Fundación Universitaria Cafam y Cotelco, en un claro ejemplo de la importancia de las alianzas entre la academia y el sector real. Este índice es la herramienta más importante para la gestión estratégica y el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. En este documento se revisa la metodología de construcción del Índice y se usa para determinar la correlación del valor del índice con el actual plan de desarrollo turístico del departamento. Es un proyecto de investigación en desarrollo.

**Palabras clave:** Turismo, Competitividad, Índice de competitividad turística

**Abstract**

Tourism competitiveness indicators provide a series of quantitative and qualitative measures that allow governments, tourism organizations and companies in the sector to better understand their position in the market and make informed decisions to improve their competitiveness. These play a crucial role in evaluating and improving the tourism industry in a specific destination. In Colombia, the Colombian Regional Tourism Competitiveness Index is developed by the Cafam University Foundation and Cotelco, in a clear example of the importance of alliances between academia and the real sector. This index is the most important tool for the strategic management and sustainable development of tourist destinations. This document reviews the construction methodology of the Index and is used to determine the correlation of the index value with the current tourism development plan of the department. It is a research project in development.

**Key words:** Tourism, Competitiveness, Tourism competitiveness index

**Aprobado:** 2025-01-29 17:34:45

**Correspondencia:** Ferney Santiago Neme Morales. Fundación Universitaria CAFAM [ferney.neme@unicafam.edu.co](mailto:ferney.neme@unicafam.edu.co)

## INTRODUCCIÓN

Los índices de competitividad turística desempeñan un papel fundamental en la evaluación y promoción del crecimiento sostenible en la industria turística. Al proporcionar una visión integral de la posición de un destino en el mercado global, estos índices permiten la toma de decisiones informadas y el diseño de estrategias efectivas para mejorar la competitividad y la atracción de visitantes. Sin embargo, es esencial abordar las limitaciones y desafíos asociados con estos índices para garantizar su validez y relevancia a lo largo del tiempo.

El Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia refleja el comportamiento competitivo de Colombia desde el 2015, mediante el análisis de los datos primarios y secundarios que hacen parte de una metodología estructurada y validada. El objetivo del proyecto de investigación del cual se desprende este documento está relacionado con el aprovechamiento de la información base para correlacionar los planes de desarrollo turístico de los departamentos del último gobierno y el valor del índice reportado.

Para ello, el documento contiene un marco teórico donde se ubican los conceptos de competitividad turística y el uso de índices para su medición, posteriormente se indica la metodología de la construcción del índice de Competitividad Turística Regional de Colombia y los resultados parciales del análisis.

La pregunta de investigación del proyecto del cual se desprende esta ponencia es: ¿Los planes de desarrollo turístico de los departamentos en Colombia tienen en cuenta la información derivada del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia?

Los índices de competitividad turística desempeñan un papel fundamental en la evaluación y promoción del crecimiento sostenible en la industria turística. Al proporcionar una visión integral de la posición de un destino en el mercado global, estos índices permiten la toma de decisiones informadas y el diseño de estrategias efectivas para mejorar la competitividad y la atracción de visitantes. Sin embargo, es esencial abordar las limitaciones y desafíos asociados con estos índices para garantizar su validez y relevancia a lo largo del tiempo.

El Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia refleja el comportamiento competitivo de Colombia desde el 2015, mediante el análisis de los datos primarios y secundarios que hacen parte de una metodología estructurada y validada. El objetivo del proyecto de investigación del cual se desprende este documento está relacionado con el aprovechamiento de la información base para correlacionar los planes de desarrollo turístico de los últimos gobiernos y la vocación turística de una muestra de ciudades y departamentos de Colombia. Se pretende llegar a una metodología que permita sistematizar los análisis de la competitividad turística que pueda generar información relevante al sector.

## MARCO TEÓRICO

El concepto de competitividad puede definirse desde distintos puntos de vista, ya sea por su desempeño o su eficiencia, pero en sí, “la competitividad puede ser la capacidad de un país de producir un determinado bien en mejores o iguales condiciones en comparación con otras economías” (Haguenauer, 1989), sin embargo, ¿Por qué surge la importancia de medir la competitividad? Para el año 1980, Japón llegó al mercado posicionándose como una superpotencia, lo cual significó para Estados Unidos y Europa un elemento desestabilizador que sin duda alguna llevaron que se buscara la competitividad; de allí nace Michael Porter, quien estudió el fenómeno de la competitividad y elaboró sus primeras teorías teniendo así un profundo impacto en el mundo empresarial. “Porter (1980) en su libro Estrategia Competitiva, comienza por explicar que todas las empresas tienen estrategias competitivas, algunas explícitas y otras implícitas y que estas estrategias deben enfocarse hacia el entorno en que disputan el mercado.” Benítez Cotas, M., (2012).

“La competitividad es analizada también a nivel de industria, sector o aglomeración industrial (clúster). La competitividad de una industria es evaluada en comparación con la misma industria en otra región y otro país. Markusen (1992) argumenta que una industria es competitiva si: a) La productividad total de factores es igual o mayor que la de sus competidores b) Si los costos unitarios promedio son iguales o menores que los de sus competidores” Padilla, R. (2006). Con esto, se obtiene que para el sector del turismo es fundamental presentar índices de competitividad regionales para reconocer el

potencial que posee cada territorio, para hacer de manera conjunta una nación mucho más competitiva.

Actualmente, en el país existe el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia gracias a la asociación entre Cotelco y la Fundación Universitaria Cafam. Esta iniciativa nació con el propósito de ser “una unidad de investigación para la reflexión y análisis del sector”, creando espacios para fortalecer la industria turística en el país y abordando estrategias para el aprovechamiento de las ventajas competitivas del sector para realizar una gestión eficiente de proyectos y dar respuestas a los problemas de turismo en Colombia. Frente a la definición de competitividad, el CPTUR expone que: “Es la capacidad que tiene un destino para insertarse en los mercados de manera sostenible, mediante la articulación de los actores públicos y privados y la creación de productos diferenciados de alta calidad, innovadores y atractivos, que generen experiencias positivas y alto valor agregado al turista y visitante. Por tanto, la competitividad del destino se construye a partir de la planificación y gestión estratégica de las ventajas comparativas y competitivas, de tal forma que se potencie el desarrollo socioeconómico y se conserven tanto los recursos culturales y sociales, como los servicios ecosistémicos del destino” (CPTUR 2022).

Con esto, finalmente se presenta que gracias a los conceptos y definiciones obtenidas, la investigación pretende otorgar a la audiencia la importancia que sustenta reconocer y apropiarse los índices de competitividad regional para que, Colombia siendo “el país de la belleza” logre alcanzar un valor potencial frente a otras regiones de América Latina y ser reconocido a nivel tanto nacional como internacional, como una nación que equilibra y estabiliza la sostenibilidad ambiental, económica y social.

## METODOLOGÍA

El Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC corresponde a una construcción colectiva del conocimiento.

El modelo busca representar las condiciones de un destino turístico ante los mercados nacionales e internacionales, la situación de los recursos productivos, los factores influyentes de su entorno, la presencia de planes y políticas de desarrollo, la gestión de los diferentes grupos de actores y los elementos de sostenibilidad presentes en su territorio.

Tomando como referencia los postulados del modelo y la definición construida, el ICTRC se organizó en tres niveles: indicador, criterio e índice. En su estructura se consideran ocho criterios alineados según la definición adoptada:

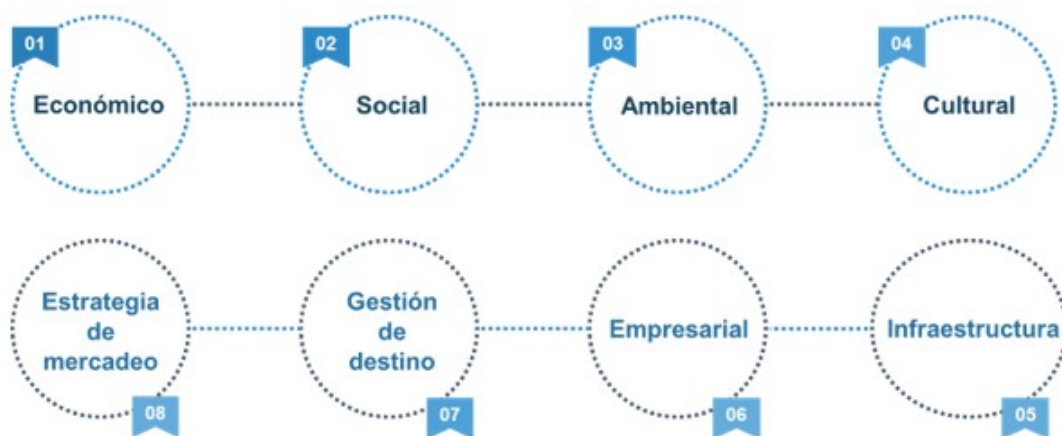


Figura 1. Criterios de medición del ICTRC. Fuente: (CPTUR, 2022)

El proceso de cálculo del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia es complejo debido a la dispersión de las cifras de

las actividades e industrias que la componen. Sin embargo, se identificó y consultó la entidad más idónea para proveer la información requerida.

Para lograr la calificación final de cada departamento, se siguen siete pasos definidos en la fase de diseño metodológico del Índice:



Figura 2. Proceso estadístico para el cálculo del ICTRC. Fuente: (CPTUR, 2022)

Para la recolección y consolidación de la información a través de los instrumentos definidos para cada fuente de información, se

identifican los municipios con vocación turística para el estudio, lo cual generó una muestra de 167.



Figura 3. Criterios para la definición de municipios incluidos en la medición. Fuente: (CPTUR, 2022)

La información se consolida de tal manera que se distribuye los datos por criterio, se codifican, agregan y clasifican según la DIVIPOLA.

Posteriormente, a partir de la conjunción de variables se calculan los indicadores determinados en el modelo a través de las fichas metodológicas que tiene cada uno de ellos.

<b>ID</b>	<b>SOC 5</b>
<b>Criterio</b>	Social
<b>Nombre</b>	<b>Informalidad laboral</b>
<b>Descripción</b>	Porcentaje de personas vinculadas con la industria del turismo que no aportan al sistema de seguridad social – pensiones, en relación con el total de personal ocupado en el sector
<b>Fórmula</b>	$SOC\ 5 = \frac{\text{Total de personal vinculado al sector que no aporta al sistema de seguridad social – pensiones}}{\text{Total de personal ocupado en sector}} \cdot 100$
<b>Fuente</b>	Gran Encuesta Integrada de Hogares - Departamento Administrativo Nacional de Estadística y Boletín de Empleo - Centro de Pensamiento Turístico de Colombia

Figura 4. Ejemplo ficha metodológica para los indicadores. Fuente: (CPTUR, 2022)

Luego de contruidos los indicadores, se aplica la transformación logarítmica, por medio de la cual se corrigen las escalas de los datos originales, conservando la distancia relativa entre cada unidad de medición. Para evitar la indeterminación del log (0), se suma 1 a la expresión, así:

Luego se realiza la transformación Max-Min,

procedimiento que asigna la calificación a cada departamento, utilizando una escala de 0 a 10. Cabe resaltar que dicha calificación es relativa a los valores extremos, una vez que en el proceso de transformación se utilizan como referentes los valores mínimo y máximo en cada indicador, tal como se evidencia en la siguiente ecuación.

Para variables en las que un mayor valor significa un mejor desempeño:

$$i_d = 10 * \frac{(v_d - \min_{muestra})}{(\max_{muestra} - \min_{mmuestra})}$$

Donde

$i_d$  = indicador normalizado para el departamento

$v_d$  = variable transformada para cada departamento

$$v_d = \log(x_d + 1)$$

Donde

$x_d$  = indicador del departamento

$v_d$  = variable transformada

Para variables en las que un mayor valor significa un mal desempeño:

$$i_d = 1 - 10 * \frac{(v_d - \min_{muestra})}{(\max_{muestra} - \min_{muestra})}$$

Donde

$i_d$  = indicador normalizado para el departamento

$v_d$  = variable transformada para cada departamento

En línea con la definición del modelo de competitividad y considerando la heterogeneidad de los departamentos, tanto en el nivel de desarrollo económico como el grado de madurez y avance de la actividad turística, se consideró la organización de los destinos, utilizando como

variable de segmentación el PIB departamental. Cada uno de los grupos tiene incluida una diferenciación en el grado de desarrollo de la actividad turística. En tal sentido, para cada grupo se definió una configuración de ponderadores detallada a continuación:



Tabla 1. Ponderación de factores por criterio. Fuente: (CPTUR, 2022)

CRITERIO	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
ECONÓMICO	11,0	9,5	8,5
INFRAESTRUCTURA	11,0	7,0	6,0
GESTIÓN DE DESTINO	20,0	20,0	20,0
EMPRESARIAL	11,0	9,5	8,5
ESTRATEGIA DE MERCADEO	11,0	9,5	8,5
SOCIAL	11,0	9,5	8,5
CULTURAL	12,5	17,5	20,0
AMBIENTAL	12,5	17,5	20,0

Con las ponderaciones dadas a cada departamento, se procede a la aplicación de la

fórmula que determina la calificación final obtenida, bajo la siguiente expresión:

$$ICTRC = \%A * CA + \%C * CC + \%E * CE + \%M * CM + \%G * CG + \%EM * CEM + \%S * CS + \%I * CI$$

Donde

$\%A$  = Ponderación del criterio ambiental

$\%C$  = Ponderación del criterio cultural

$\%E$  = Ponderación del criterio económico

$\%M$  = Ponderación del criterio empresarial

$\%G$  = Ponderación del criterio gestión de destino

$\%EM$  = Ponderación del criterio estrategia de mercadeo

$\%S$  = Ponderación del criterio social

$\%I$  = Ponderación del criterio infraestructura

$A$  = Calificación del criterio ambiental

$C$  = Calificación del criterio cultural

$E$  = Calificación del criterio económico

$M$  = Calificación del criterio empresarial

$G$  = Calificación del criterio gestión de destino

$EM$  = Calificación del criterio estrategia de mercadeo

$S$  = Calificación del criterio social

$I$  = Calificación del criterio infraestructura

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta medición, Bogotá se posiciona en el primer puesto en el ranking del Índice de Competitividad Turística Departamental del año 2022, en el que se destacan los criterios de estrategia de mercado (9,81) e infraestructura (8,94). De acuerdo con el Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca desean impulsar el desarrollo del turismo en lo ejes estratégicos transversales de internacionalización, infraestructura, capital humano e innovación, sostenibilidad ambiental, sectorial y subregional que se llevarán a cabo en el territorio.

Con relación al criterio de estrategia de mercado en Bogotá, está sustentado por las estructuras como las páginas web del Instituto Distrital de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, las cuales están enriquecidas con una cantidad de información, noticias, datos y documentos de interés que permiten que los proyectos relacionados con el mercadeo y la promoción turística impulse al destino exponencialmente. Frente al indicador de Infraestructura, el Plan de desarrollo presenta un arduo trabajo y énfasis, especialmente en el mejoramiento de servicios públicos, alcantarillado, movilidad accesible y sostenible, por ejemplo, el hacer uso de la bicicleta e

implementar nuevos sistemas de transporte; planes de accesibilidad para personas en condición de discapacidad y conectividad de alta productividad a nivel nacional.

El Valle del Cauca se destaca en el ranking del índice de competitividad departamental del año 2022, posicionándose en el segundo lugar, obteniendo una alta calificación en los criterios de infraestructura y ambiental. Este departamento se destaca por tener una muy buena localización donde también se destaca a nivel nacional la oferta ambiental teniendo en cuenta que el criterio de infraestructura bajó referente al año anterior, siguen siendo uno de los más altos. Frente a el índice de infraestructura tenemos como resultado del puntaje (7,89) que el índice de terminales de transporte terrestre, cobertura del servicio de energía eléctrica y cobertura del servicio de acueducto son los tres índices más altos que lo impulsan a este departamento en este criterio.

El índice ambiental de este departamento es de (7,68), subió con respecto al año anterior, lo que lo impulsa frente al ranking del índice de competitividad departamental del año 2022, en este se resaltan los criterios de calidad del agua, apoyo técnico a la oferta de productos en la naturaleza y tasa anual de deforestación que hacen que este departamental tenga una buena calificación, y estos criterios tan importantes hacen que el departamento tenga un buen puesto en comparación con los demás departamentos.

El departamento de Risaralda ocupa el tercer puesto en el ranking del Índice de Competitividad Turística Departamental del año 2022, de esta manera logrando sobresalir con dos criterios importantes como lo son el de infraestructura con un puntaje de 7,14 y el cultural con un puntaje de 6,94. Este departamento sobresale por sus grandes potencialidades para el turismo, puesto que por su buena ubicación geográfica, biodiversidad, la amabilidad de sus habitantes y contar un aeropuerto internacional hacen que Risaralda sobresalga sobre Quindío y Caldas logrando así alcanzar ese índice tan altos, como también que este departamento sea “un destino lleno de vida”. De igual manera este departamento cuenta con la estrategia “Risaralda un Destino Lleno de Vida” que es el resultado del proyecto denominado Ruta Turística del Centro Occidente de Risaralda, que cuenta con: información sobre los productos

turísticos de los municipios y cuales fueron aquellos programas que buscaban elevar esos índices y lograr lo mejor.

Con relación a el documento Plan de Desarrollo del departamento se identificó que el proyecto “Risaralda sentimiento de todos” abarca una serie de subproyectos enfocados en el aprovechamiento de los paisajes culturales cafeteros, fortalecimiento y consolidación de la oferta turística en términos del índice cultural. En cuanto a la infraestructura el departamento de Risaralda fortaleció sus iniciativas de ciencia, tecnología e innovación buscando así impulsar la competitividad del departamento.

Antioquia alcanza la cuarta posición en el ranking del Índice de Competitividad Turística Departamental en el 2022, en el que se destacan los criterios culturales (7,95) y de infraestructura (7,76). De acuerdo con el Plan Desarrollo Turístico del departamento se especifica que se desea llevar al territorio a “generar las condiciones necesarias para transformarse en un destino turístico competitivo, sostenible y responsable con productos turísticos nacionalmente posicionados y de proyección internacional” (Plan de Desarrollo Turístico de Antioquia, 2012). Los ejes de intervención promulgados por factores de atracción, soporte, producción y de gestión, permiten que cada uno de ellos cuenten con proyectos y subproyectos que se implementarán con el fin de contribuir al progreso del sector.

Con relación a lo encontrado en el documento del Plan de Desarrollo Turístico del departamento identificamos que el proyecto “Antioquia más bella” abarca una serie de subproyectos, como lo son el levantamiento de inventarios turísticos, el diseño del producto cultural en el Aburrá Norte y demás planes enfocados con el cumplimiento del criterio cultural. En cuanto al aspecto de infraestructura esta abarcado por el proyecto “Equipamientos para el Turismo”, cuyo propósito es dotar apropiadamente a los servicios directos y complementarios del sector y generar mayor satisfacción en el turista.

## CONCLUSIONES

La utilización de este índice permite a las autoridades departamentales identificar las fortalezas y debilidades en el ámbito turístico de sus regiones. Esto es esencial para la toma de decisiones informadas en la elaboración de planes de desarrollo, ya que brinda una visión



precisa de dónde se encuentra cada departamento en términos de competitividad turística. Al comparar los resultados del índice entre diferentes departamentos, se fomenta la colaboración y el intercambio de mejores prácticas. Los departamentos que obtienen mejores resultados pueden ayudar a aquellos con desafíos en la mejora de su competitividad turística, lo que contribuye al crecimiento sostenible del turismo a nivel nacional.

La aplicación del Índice de Competitividad Turística Regional permite que los planes de desarrollo departamental se alineen con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, particularmente con el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y el ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura). Esto promueve un desarrollo turístico más equitativo, inclusivo y sostenible en Colombia, beneficiando tanto a las comunidades locales como a la economía nacional.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Benítez Cotas, M., (2012). "Evolución del Concepto de Competitividad". Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, III(8),

75-82.

CPTUR (2022). "Centro De Pensamiento Turístico De Colombia". Cotelco - Fundación Universitaria Cafam. Colombia.

Haguenauer, L. (1989), "Competitividade: conceitos e medidas: uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro", Texto para Discussão, N° 211, Rio de Janeiro, Universidad Federal de Rio de Janeiro.

Markusen, J. (1992), "Productivity, Competitiveness, Trade Performance and Real Income: The Nexus Among Four Components, Supply and Services" Canada, Ottawa.

Antioquia, G. (2012). "Plan de Desarrollo Turístico de Antioquia". Unión Temporal Turismo Chocalán. Antioquia

Risaralda, G. (2020). "Plan Departamental de Desarrollo". Equipo de Gobierno. Risaralda

Valle del Cauca, G. (2012). "Plan de Desarrollo Turístico de Valle del Cauca". Unión Temporal Turismo Huitonava. Valle del Cauca

Cundinamarca, G. (2012). "Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca". Equipo de Gobierno. Cundinamarca