

AÑO 30 No. 111, 2025  
JULIO-SEPTIEMBRE



No. 111, 2025  
JULIO-SEPTIEMBRE



# Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.  
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)



# Competitividad turística en Colombia. Un estudio por ciudades

**Pérez Peralta, Claudia Milena\***  
**Anaya Narváez, Alfredo Rafael\*\***  
**Chirinos Araque, Yamarú del Valle\*\*\***

## Resumen

El objetivo de este artículo es estimar el nivel de competitividad de actividades turísticas en las ciudades capitales de Colombia en el año 2022, que es el año de la última actualización de las estadísticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, siendo ésta la fuente de datos principales para la investigación. Dicho nivel de competitividad se estimará con base en la construcción de un índice sintético siguiendo un método de dos pasos; (1) normalización de 6 variables de estudio y (2) agregación simple de dichas variables en solo número, con lo cual el máximo valor posible del índice es 6,00. Una vez obtenido el indicador, se calculó la brecha promedio para las ciudades del estudio, con base en la metodología del Departamento Nacional de Planeación. Así, se estableció un ranking de competitividad de 31 ciudades capitales de Colombia, en el que se observa que 25 de éstas, obtienen un valor de índice inferior a 1,00, así como también que, Bogotá ocupa el primer lugar, seguido de Cartagena y Medellín, en contraste con Inírida, Puerto Carreño y Mitú que ocupan las tres últimas posiciones en la tabla; siendo la brecha promedio de 5,16 puntos sobre 6,00, lo que corresponde al 86,07%. Se puede afirmar, que en Colombia no existen condiciones de competitividad turística, y que dicha situación requiere de ingentes esfuerzos en materia de políticas públicas.

**Palabras clave:** Competitividad; sostenibilidad; turismo; ciudades capitales de Colombia.

---

**Recibido:** 09.02.24

**Aceptado:** 26.03.25

\* Magister en Economía, Universidad de Manizales - Colombia; Magister en Negocios Internacionales e Integración, Universidad Tecnológica de Bolívar - Colombia; Magister en Educación, Universidad de Sucre - Colombia. Docente investigadora, Universidad de Córdoba - Colombia. Email: [claudiaperezp@correo.unicordoba.edu.co](mailto:claudiaperezp@correo.unicordoba.edu.co); ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3799-9642>

\*\* Doctor en Ciencias Económicas, Universidad del Zulia - Venezuela; Magister en Economía, Pontificia Universidad Javeriana - Colombia; Matemático, Pontificia Universidad Javeriana - Colombia. Docente Investigador; Universidad de Córdoba - Colombia. Email: [aranaya@correo.unicordoba.edu.co](mailto:aranaya@correo.unicordoba.edu.co); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2392-6880>

\*\*\* Doctora en Gestión de la Innovación, Universidad Rafael Belloso Chacín - Venezuela. Docente Universidad Católica Luis Amigó, Medellín - Colombia. Email: [yamaru.chirinosar@amigo.edu.co](mailto:yamaru.chirinosar@amigo.edu.co); ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0471-9859>

# Tourism Competitiveness in Colombia. A study by cities

## Abstract

The objective of this article is to estimate the competitiveness level of tourism activities in Colombia's capital cities in 2022, the year in which the Ministry of Commerce, Industry and Tourism last updated its statistics, which is the main data source for this research. This level of competitiveness will be estimated based on the construction of a synthetic index following a two-step method: (1) normalization of six study variables, and (2) simple aggregation of said variables into a single number, resulting in a maximum possible index value of 6.00. Once the indicator was obtained, the average gap was calculated for the study cities based on the methodology of the National Planning Department. Thus, a competitiveness ranking of 31 Colombian capital cities was established, showing that 25 of them obtained an index value below 1.00. Bogotá also ranks first, followed by Cartagena and Medellín, in contrast to Inírida, Puerto Carreño, and Mitú, which occupy the last three positions in the table. The average gap is 5.16 points out of 6.00, corresponding to 86.07%. It can be stated that conditions for tourism competitiveness are lacking in Colombia, and that this situation requires enormous efforts in terms of public policy.

**Keywords:** Competitiveness; sustainability; tourism; capital cities of Colombia.

## 1. Introducción

La competitividad vista como una habilidad o capacidad de parte de las firmas, y a la vez como una característica o condición inherente a los mercados con cierto grado de desarrollo, es una condición fundamental para el impulso y la consolidación de cualquier actividad productiva. Ello es particularmente válido en el caso del turismo, que depende en buena parte de las condiciones externas ligadas a un territorio particular (contexto geográfico y grupos humanos), y que, además, se enfoca en la oferta de experiencias, que son percibidas por el turista desde sus propias expectativas y deseos; lo que implica para las firmas un mayor esfuerzo en términos

de sostenibilidad, calidad del servicio y estrategias de marketing (Serrano-Amado et al., 2018). El turismo tiene grandes efectos en términos de empleo y en la generación de rentas para muchas naciones (Nieto et al., 2016), y así mismo, se presenta como una actividad que atenúa los niveles de pobreza y genera desarrollo en el mundo (Lima et al., 2012).

Según la UNWTO (2018), las actividades turísticas representaron para el año 2017, en promedio, el 10,0% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, generaron uno de cada 10 empleos formales, el 7,0% de las exportaciones y el 30,0% de las exportaciones de servicios. Para el año 2022, una vez superada la emergencia mundial

derivada de la pandemia, el turismo a nivel internacional presentó buenos resultados, situándose en el 63,0% de los niveles prepandémicos (UNWTO, 2022).

De manera similar, según estadísticas del Barómetro del Turismo de la Organización Mundial del Turismo, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial alcanzaron en el año 2023 el 87,0% de los niveles previos a la pandemia, y el 9,1% del PIB mundial, es decir, casi 10 billones de dólares. Según el World Economic Forum - WEF (2024), los países con el mayor Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo a nivel mundial son: Estados Unidos, España y Japón, con puntajes que superan los 5,0 puntos para el año 2024; en tanto que Colombia ocupa el puesto 50 de un total de 119 países a nivel mundial, con un puntaje de 4,08.

De acuerdo con las estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), para el año 2018 el aporte del turismo al PIB de Colombia fue de 3,8%; así mismo, para el año 2019. De otro lado, para el año 2020 el aporte fue de solo el 3,0%, mientras que para el año 2022 alcanzó el 4,2%, y para el año 2023 fue de 4,0%. Por otro lado, según el DANE, durante el año 2018 el 26,8% de los ocupados en el país estaban vinculados con esta rama de actividad –comercio, restaurantes y hoteles–; sin embargo, para el año de la pandemia, la participación de los ocupados cayó dramáticamente hasta el 7,5%, mientras que para 2023 fue de solo 3,8%.

En este contexto, el gobierno actual (período 2022–2026) ha impulsado la promoción de las actividades turísticas que son autosostenibles, proponiéndose un pacto por un turismo en armonía con la vida, es decir, que promueva el disfrute

respetuoso de los entornos turísticos, sin atender contra el medio ambiente. Las metas del gobierno actual se centran en recibir entre 7,3 millones de visitantes a 12 millones para el año 2026; se proyecta generar 300.000 nuevos empleos en el sector para este mismo año; se estima que las exportaciones de turismo pasen de 7.301 millones de dólares en 2022 a 9.906 millones de dólares en 2026 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023). Bajo esta perspectiva, el turismo deberá contribuir a unos mejores indicadores de competitividad del país, incursionando en el comercio mundial como destino novedoso, heterogéneo y de alto valor, amparado en principios de sostenibilidad, responsabilidad y calidad (Petro y Márquez, 2022).

El tema turístico no solo es un tópico importante a nivel mundial o nacional, sino a nivel subnacional, es decir, a nivel de departamentos y ciudades de Colombia. Según cifras del Centro de Pensamiento Turístico - Colombia, los departamentos con mayores niveles de competitividad en la rama de actividad turística para el año 2020 fueron la ciudad de Bogotá y los departamentos de Valle del Cauca y Bolívar, que obtuvieron un Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) de 7,01, 6,23 y 6,05 respectivamente; de otro lado, los departamentos con menor ICTRC fueron Vichada, Putumayo y Arauca, con índices de 2,99, 3,00 y 3,00 respectivamente (COTELCO – UNICAFAM, 2020).

En el año 2024, la ciudad de Bogotá fue la más competitiva a nivel turístico, con un ICTRC de 6,81; le siguieron los departamentos de Bolívar y Antioquia (con ICTRC de 6,15 y 5,88, respectivamente), mientras que los departamentos menos competitivos fueron Arauca, Cesar y

Vichada (con ICTRC de 3,05, 3,22 y 3,26, respectivamente) (COTELCO – UNICAFAM, 2024a). Si se tienen en cuenta estos resultados, se puede decir que las condiciones en materia de competitividad turística en el país no han variado de forma significativa, manteniéndose grandes disparidades a nivel territorial.

De otro lado, para el caso de las ciudades de Colombia, las capitales Bogotá, Medellín y Cali son las que registran los mayores niveles de competitividad para el año 2022, siendo los ICTRC de 7,58, 6,99 y 6,41 respectivamente; mientras que las ciudades capitales con menores niveles de competitividad para este año fueron: Arauca, San José del Guaviare y Puerto Carreño (con ICTRC de 2,15, 2,31 y 2,46 respectivamente) (COTELCO – UNICAFAM, 2023). De manera similar, para el año 2024, las ciudades con mayores niveles de competitividad fueron, en su orden, Bogotá, Cartagena y Medellín, con ICTRC de 8,02, 7,21 y 7,03 respectivamente; mientras que las ciudades con menores niveles fueron, en su orden, Arauca, Puerto Carreño y Mocoa con ICTRC de 2,88, 3,14 y 3,28 respectivamente (COTELCO – UNICAFAM, 2024b).

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que en Colombia existen ciudades con bajos niveles de competitividad, así como grandes desigualdades a nivel subnacional. En este sentido, se evidencia la necesidad de generar investigaciones alrededor del tema del turismo, con el propósito de consolidar las bases para formular la política del sector, involucrando a los actores institucionales y los que toman las decisiones de gobierno, identificando estados de inequidad y brechas que limiten la competitividad turística. En

este orden de ideas, surge la presente investigación, cuyo objetivo central es estimar el nivel de competitividad de actividades turísticas en las ciudades capitales de Colombia en el año 2022, siendo este año la última actualización de las estadísticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, principal fuente de información para este trabajo. Para responder a este objetivo, se construyó un indicador de competitividad a partir de seis variables de investigación.

## 2. Teoría sobre la competitividad turística

En el mundo de hoy, las empresas pueden lograr el crecimiento si dirigen la mirada hacia los mercados extranjeros, ya que la globalización presenta una gran gama de posibilidades y proporciona el espacio adecuado para que ese propósito puede ser alcanzado (Vizcaino, 2018), en este contexto, es importante que las naciones y su estructura productiva se adapten, y para lograrlo es trascendental que los gobiernos brinden un adecuado marco legal capaz de generar las condiciones apropiadas para los empresarios, para las organizaciones, inversionistas, y en términos generales la totalidad de la estructura productiva de un país, haciendo este proceso de forma operativa, desde la generación de externalidades positivas, a través de, la inversión social. Particularmente, las políticas deben generar las capacidades en la totalidad de la estructura productiva independientemente de las condiciones particulares, entre las que se encuentran las dimensiones, tipos de actividad y el origen de su capital.

Por otro lado, para entrar al mercado competitivo, las empresas deben encaminarse a incluir calidad e innovar en cuanto a la prestación de

servicios o productos para estar a la par de los avances tecnológicos con los que hoy se cuenta; por ello se requiere que las empresas constituyan y fortalezcan su propio sistema de planeación, gestión y organización. En términos generales, los patrones de la competencia entre firmas estarían influenciados por la composición del ambiente competitivo de la propia firma, es decir, por los componentes estructurales y conductuales de un determinado sector o sistema económico, que son al final el medio donde la firma se desarrolla, se apropia, absorbe, transforma y devuelve en una relación simbiótica de flujos y contraflujos permanentes; es en este medio donde la firma debe adaptarse, superar limitaciones y crecer. Estos patrones derivan de la interdependencia entre las empresas o sectores competitivos a través de complementariedades tecnológicas, restricciones y estímulos al flujo de bienes, además de la disponibilidad de infraestructura, leyes, sistemas de planificación y políticas industriales, entre otros (Medeiros et al., 2019).

Con la globalización vinieron aparejados una serie de cambios importantes, entre los que se encuentran las tecnologías de vanguardia, patrones nuevos vinculados con el consumo y más conciencia acerca de la conservación de los recursos naturales, surgiendo toda una re-conceptualización de las ventajas comparativas, sobrepasando el enfoque de Ricardo de 1887, y los aportes de Haberler de 1931 y de Heckscher y Ohlin de 1933; donde, las ventajas comparativas cambiaron hasta llegar a ser, en parte, ventajas competitivas, término ampliamente difundido por Porter en sus obras de 1981 y 1985 (Monterroso, 2016).

El logro de ventajas competitivas

constituye un fin que hace parte de la capacidad que tienen las firmas para competir (Abdel y Romo, 2005). Según Villegras y Toro (2018), la competitividad de cualquier empresa se vincula con la capacidad para crear, sostener e incrementar su participación en mercados de orden local e internacional, en comparación al que ofrece la competencia. De otro lado, Becerra et al. (2020) la definen como aquella capacidad que tienen las empresas para diseñar, producir y distribuir sus productos en constante competencia con las empresas ubicadas en otros países.

En este sentido, las firmas deben prepararse, y en ese proceso el logro de niveles altos de competitividad es fundamental. La competitividad depende de muchos aspectos, los cuales se deben tener presentes a la hora de entrar en el mercado global, porque si la empresa no tiene una propuesta de valor adecuada a estos requerimientos, y los productos o servicios que ofrece no satisfacen los deseos del consumidor, tienen una alta probabilidad de fracaso, y podrían ser expulsadas del mercado internacional, o relegadas a mercados locales menos exigentes.

Según Porter (1991), la competitividad de las empresas se encuentra determinada fundamentalmente por cuatro aspectos correspondientes a su base local: (1) características de los factores, (2) características de la demanda, (3) características de las industrias conexas y las de apoyo, y (4) la estrategia, estructuras y la dinámica de la rivalidad empresarial; en este sentido, el logro de la competitividad no solo depende de las condiciones inherentes a las empresas, sino también de las condiciones de contexto, que están supeditadas a la intervención de otros actores, tanto de

carácter público como de las mismas condiciones del mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que la competitividad es una capacidad comparada entre empresas en un contexto común. En el caso de sectores económicos y ramas de actividad productiva donde tiene lugar la acción del entramado de firmas conexas, la competitividad resulta de la acción de las empresas; sin embargo, para que este proceso surja, se necesita del concurso de acciones y políticas que propicien las condiciones para su desarrollo. De esta forma, la competitividad trasciende del aspecto micro de la firma y se circunscribe a aspectos macro, relacionados con los territorios y países.

Según Bris (2021), los niveles de competitividad aumentan desde la combinación de recursos institucionales y regulatorios globales y nacionales que hacen que los países tengan éxito; es así que esta es el resultado de la dinámica de la constante rivalidad empresarial (Díaz et al., 2021), la cual depende de las estrategias que implementen las firmas para conciliar sus condiciones internas y las exigencias del entorno (Plascencia Cuevas et al., 2020). Sin embargo, para que se propicien estos logros, es fundamental el concurso de los gobiernos y sus políticas para incentivar aspectos tan importantes como la innovación (García et al., 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que la competitividad es un concepto multidimensional, el cual parte de la idea de la competencia e influye en la toma de decisiones organizacionales. Entonces, la competitividad no surge de manera espontánea cuando se modifica el contexto de orden macro, ni tampoco se genera al recurrir a la razón de la empresa a nivel micro exclusivamente;

no solo obedece a una estructura funcional a nivel meta, como tampoco a la formulación únicamente de la política pública en el meso nivel; más bien, se cataloga como el resultado de un patrón de compleja interacción entre las empresas, el Estado, instituciones de orden intermedio y la sociedad (Botero y Casillas, 2019).

Además, la competitividad es el resultado derivado de un proceso de mejora continua, donde se conjugan varios niveles y jerarquías de poder, desde la acción de diversos entes de distinta naturaleza y acción, que en su conjunto hacen parte de un ecosistema complejo de relaciones e intereses, que, actuando de forma individual, pero en simultáneo, derivan en nuevas conexiones y relaciones que permiten escenarios cada vez más propicios para el avance y desarrollo de las unidades integrantes de este ecosistema.

En el contexto del turismo, entendiéndose a este como el conjunto de actividades con fines de ocio y esparcimiento que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual (UNWTO, 2018), existe una relación muy estrecha con la competitividad. En particular, la palabra “turismo” proviene del verbo latino “tornare”, que a su vez se deriva del sustantivo “tornus”, que significa volver, girar, retornar, es decir, vuelta o movimiento, específicamente ir y volver; en este sentido, el turismo como actividad implica movimiento o traslado en un espacio geográfico (Matute y Asanza, 2008); vale decir que dicho traslado de un lugar a otro es temporal, dado que si obedeciera a un cambio de residencia permanente, se estaría refiriendo a migración. De esta forma, el concepto de turismo se puede definir como un fenómeno social,

cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio (OMT, 2008; citado en Rengifo y Sánchez, 2021).

Pese a que el turismo puede tener como principal motivo el ocio, también se pueden presentar otro tipo de motivos para viajar. En este sentido, el turismo se puede clasificar en turismo vacacional (por ejemplo, el turismo de sol y playa y el turismo de montaña), turismo especializado (tal como el turismo de aventura, el científico y el de salud), turismo de afinidad (por ejemplo, el turismo deportivo, el de negocios, el religioso, el estudiantil, el de congresos y convenciones, el gastronómico) (Morillo, 2011).

Independientemente de los motivos de viaje, según Mogrovejo-Andrade et al. (2019), el turismo es un sector estratégico de desarrollo, donde su competitividad se percibe como un constructo complejo, multidimensional y relativo (Baños & Jiménez, 2012; Dorta-Afonso & Hernández-Martín, 2015), el cual hace alusión a la capacidad del destino turístico para atraer flujos de visitantes, preservando los recursos y beneficiando la calidad de vida del poblador local (Dwyer & Kim, 2003; Ritchie & Crouch, 2003). Teniendo en cuenta lo anterior, cuando se habla de competitividad turística, no solo se considera el impacto del turista en lo económico del destino, sino también en lo social y en lo ambiental. En este sentido, la competitividad turística debe contener un equilibrio entre la satisfacción de los clientes, bienestar, salud, economía, recursos naturales y una vida saludable (Serrano-Amado et al., 2018).

Además de considerar la competitividad como un concepto, se

debe concebir como un indicador que “mide” la capacidad de competir. Para construir indicadores de competitividad, se debe tener en mente una distinción fundamental entre medición y explicación de este concepto; la primera implica el uso de indicadores e índices que cuantifican el desempeño económico relativo de las unidades de análisis, es meramente descriptivo; por su parte, la segunda radica en el estudio de las variables que la determinan, es decir, los factores o ventajas competitivas de la unidad de análisis en cuestión (Sarmiento y Delgado, 2020).

De acuerdo al nivel de agregación desde que sea percibida la competitividad, se pueden percibir varios niveles de análisis: el nivel macro, que corresponde al análisis de país, y el nivel micro, que es el nivel de empresa. Además, hay otros niveles que son el nivel meso y meta, que tienen que ver con las condiciones de infraestructura, condiciones agroecológicas, fenómenos naturales y políticas de apoyo que impactan de forma directa en la firma; para estos niveles se han construido distintos modelos de medición (Pérez et al., 2021).

### **3. Perspectiva metodológica del estudio**

Para evaluar el nivel de competitividad turística, se planteó un índice sintético (Saisana & Tarantola, 2002), que partió de una combinación (o agregación) matemática de seis (6) variables que representan distintos aspectos sobre el tema turístico y se aplicó para treinta y una ciudades capitales de Colombia. Las variables que se tuvieron en cuenta para construir el Índice de Competitividad Turística (ICT) fueron obtenidas de la página web

del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que es una de las entidades oficiales encargadas de reportar estadísticas sobre el tema. En particular, las variables se dividieron en dos grupos: desde el lado de la demanda, las variables son (1) llegada de pasajeros nacionales y (2) número de visitantes extranjeros no residentes; y desde el lado de la oferta, las variables son (1) número de camas en establecimientos de alojamiento y hospedaje, (2) número de habitaciones en establecimientos de alojamiento y hospedaje, (3) número de prestadores de servicios turísticos activos en Registro Nacional de Turismo (RNT) y (4) número de establecimientos y hospedajes.

Para la construcción del indicador, se plantearon dos pasos; inicialmente, se deben normalizar los indicadores y variables, para expresarlos todos en unidades de medida equivalentes, para lo cual, se empleó la técnica con la que se construye el Índice de Desarrollo Humano - IDH, basada en el enfoque de re-escalamiento o reducción de brechas, que consiste en transformar los niveles de las variables para llevarlos al intervalo [0,1], empleando la distancia entre los valores máximos y mínimos que la variable adquiere considerando todos los datos de la variable conjuntamente, es decir, se reduce la distancia entre la variable y su máximo valor posible (Domínguez, et al., 2011); en particular, el indicador  $I_{ij}$ , para la ciudad  $j$  respecto a la  $i$ -ésima dimensión o indicador, corresponde a la siguiente expresión:

$$I_{ij} = \frac{X_{ij} - \min_j X_{ij}}{\max_j X_{ij} - \min_j X_{ij}}$$

Ecuación 1

Donde:  $\max_j$  y  $\min_j$  corresponde a los valores máximos y mínimos que

puede tomar la variable  $i$ ; además,  $X_{ij}$ , es el valor real (puntuación alcanzada) por la ciudad en un determinado indicador, el valor mínimo es el valor más bajo de todos las ciudades y el valor máximo es el valor más alto de todas las ciudades por cada indicador. Una vez finalizado el proceso de normalización, se continúa en el procedimiento con el cálculo del Índice de Competitividad Turística (ICT) mediante un método de agregación simple, donde, cada indicador y dimensión recibe la misma ponderación. El Índice de Competitividad Turística hallado, es un valor que va de 0,00 (la cifra más baja o peor) a 6,00 (la cifra más alta o mejor).

$$IS_i = w \cdot I_{i1} + w \cdot I_{i2} + \dots + w \cdot I_{im} = \sum_{j=1}^m w \cdot I_{ij}$$

Ecuación 2

$$ICT_i = \sum_{j=1}^m w \cdot I_{ij}$$

Ecuación 3

Existen otros indicadores de competitividad turística en Colombia, tal como el presentado por el Centro de Pensamiento Turístico, alianza COTELCO-UNICAFAM, denominado Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), que va de 0 a 10, el cual se calcula y divulga desde 2016 para departamentos y desde 2018 para ciudades capitales y municipios con potencial turístico; el cual se construye a partir de 83 indicadores, agrupados en ocho criterios: Infraestructura, gestión del destino, cultural, ambiental, social, estrategia de mercadeo, económico y empresarial (COTELCO – UNICAFAM, 2024b).

Alternativamente al ICTRC, se propone y presenta este indicador ICT como una alternativa más simplificada y sintética. La propuesta del ICT presenta algunas ventajas con relación

a otros indicadores de competitividad más complejos; de un lado, pese a la incorporación de una menor cantidad de variables, se obtienen resultados consistentes; de otro lado, esta menor cantidad de variables hace más fácil y rápida la búsqueda de la información. Así mismo, a la hora de encontrar relaciones y plantear modelos econométricos para analizar el fenómeno de la competitividad turística, se puede disponer de otras variables explicativas, evitando de esta forma problemas de multicolinealidad, errores de especificación (al omitir variables relevantes), entre otros. La simplicidad para la construcción del ICT obedece al principio de parsimonia (Schuschny & Soto, 2009).

Cabe destacar que, además de la construcción del ICT, se realizó un cálculo de brechas con base en la metodología de cierre de brechas (DNP, 2023), entendiéndose una brecha como la diferencia entre un indicador y el referente, en este caso, entre el valor del indicador por cada ciudad y el referente máximo, que es 6,00. Se halló la Brecha Promedio de Competitividad Turística, donde se realizó una suma ponderada de la brecha en cada ciudad, mediante la siguiente ecuación:

$$b = \sum \theta (Z_i - \hat{Z})$$

Ecuación 4

Donde: b es el valor de la Brecha Promedio de Competitividad Turística;  $\theta$  corresponde al peso de cada una de las ciudades dentro del total, es decir, el promedio (1/n);  $Z_i$  es el valor del indicador del ICT por ciudad (i), y  $\hat{Z}$  es el referente del ICT, que en este caso es 6,00.

#### 4. Índice de competitividad turística por ciudades

Según los resultados, la ciudad de Bogotá registra los mayores valores con relación al indicador (con un ICT de 5,74), resultado similar al ICTRC del Centro de Pensamiento Turístico, donde, la ciudad es la que registra los mayores niveles de competitividad turística a nivel nacional (ICTRC de 7,58). Otras ciudades con niveles elevados de competitividad según el ICT son en su orden: Cartagena, Medellín, Santa Marta, Cali y Barranquilla, con indicadores que superan el 1,00 (Tabla 1). Al comparar estos resultados con el ICTRC, se observa que incluyen las mismas ciudades en los primeros puestos, aunque en un orden diferente. Las ciudades con los menores niveles de competitividad son en su orden: Mitú, Puerto Carreño, Inírida, Arauca y San José del Guaviare, con resultados por debajo de 0,07; en cuanto al ICRTC los resultados son muy parecidos (tabla 1 y 2).

**Tabla 1**  
**Normalización de Variables e ICT, 2022**

| Ciudad   | Llegada Pasajeros Nacionales | Visitantes extranjeros no residentes | Total camas establecimientos de Alojamiento y Hospedaje | Total habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje | Prestadores de Servicios Turísticos activos en RNT | Establecimientos de alojamiento y hospedaje | ICT    |
|----------|------------------------------|--------------------------------------|---|--|--|---|--------|
| Leticia  | 0,0175                       | 0,0029                               | 0,0521  | 0,0319   | 0,0335   | 0,0178                                      | 0,1557 |
| Medellín | 0,0603                       | 0,5131                               | 0,8412  | 0,6838   | 0,6940   | 0,7260                                      | 3,5185 |
| Arauca   | 0,0078                       | 0,0005                               | 0,0131  | 0,0126   | 0,0035   | 0,0025                                      | 0,0402 |

## Cont... Tabla 1

|                       |        |        |        |        |        |        |        |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Barranquilla          | 0,1228 | 0,0655 | 0,2922 | 0,2979 | 0,1515 | 0,1535 | 1,0834 |
| Bogotá                | 1,0000 | 1,0000 | 1,0000 | 1,0000 | 1,0000 | 0,7364 | 5,7364 |
| Cartagena             | 0,2772 | 0,4756 | 0,8976 | 0,7232 | 0,8940 | 1,0000 | 4,2677 |
| Tunja                 | 0,0000 | 0,0013 | 0,0375 | 0,0367 | 0,0257 | 0,0195 | 0,1208 |
| Manizales             | 0,0065 | 0,0076 | 0,0983 | 0,0813 | 0,0830 | 0,0680 | 0,3448 |
| Florencia             | 0,0062 | 0,0006 | 0,0345 | 0,0380 | 0,0184 | 0,0152 | 0,1129 |
| Yopal                 | 0,0132 | 0,0007 | 0,0964 | 0,1002 | 0,0324 | 0,0393 | 0,2823 |
| Popayán               | 0,0050 | 0,0033 | 0,0631 | 0,0591 | 0,0328 | 0,0266 | 0,1899 |
| Valledupar            | 0,0214 | 0,0063 | 0,0911 | 0,0771 | 0,0338 | 0,0375 | 0,2672 |
| Quibdó                | 0,0161 | 0,0001 | 0,0267 | 0,0291 | 0,0104 | 0,0080 | 0,0904 |
| Montería              | 0,0707 | 0,0024 | 0,0823 | 0,0829 | 0,0243 | 0,0273 | 0,2899 |
| Inirida               | 0,0031 | 0,0000 | 0,0021 | 0,0014 | 0,0032 | 0,0011 | 0,0110 |
| San José del Guaviare | 0,0018 | 0,0000 | 0,0178 | 0,0149 | 0,0130 | 0,0096 | 0,0571 |
| Neiva                 | 0,0170 | 0,0032 | 0,0853 | 0,0783 | 0,0430 | 0,0360 | 0,2628 |
| Riohacha              | 0,0198 | 0,0026 | 0,0862 | 0,0639 | 0,0377 | 0,0284 | 0,2387 |
| Santa Marta           | 0,1732 | 0,0345 | 0,8883 | 0,5197 | 0,6452 | 0,7697 | 3,0305 |
| Villavicencio         | 0,0100 | 0,0037 | 0,2531 | 0,2150 | 0,0978 | 0,1043 | 0,6839 |
| Pasto                 | 0,0285 | 0,0051 | 0,1314 | 0,1422 | 0,0539 | 0,0526 | 0,4138 |
| Cúcuta                | 0,0631 | 0,0263 | 0,1693 | 0,1786 | 0,0668 | 0,0531 | 0,5571 |
| Mocoa                 | 0,0008 | 0,0003 | 0,0211 | 0,0229 | 0,0135 | 0,0129 | 0,0716 |
| Armenia               | 0,0214 | 0,0137 | 0,1384 | 0,1127 | 0,1024 | 0,1053 | 0,4939 |
| Pereira               | 0,1079 | 0,0282 | 0,1831 | 0,1494 | 0,1349 | 0,1304 | 0,7338 |
| Bucaramanga           | 0,0924 | 0,0174 | 0,2020 | 0,2114 | 0,1007 | 0,0720 | 0,6959 |
| Sincelejo             | 0,0035 | 0,0009 | 0,0406 | 0,0381 | 0,0104 | 0,0137 | 0,1072 |
| Ibagué                | 0,0056 | 0,0062 | 0,1373 | 0,1533 | 0,0986 | 0,0797 | 0,4807 |
| Cali                  | 0,2695 | 0,1532 | 0,3218 | 0,3121 | 0,2757 | 0,2185 | 1,5507 |
| Mitú                  | 0,0043 | 0,0000 | 0,0000 | 0,0000 | 0,0000 | 0,0008 | 0,0051 |
| Puerto Carreño        | 0,0023 | 0,0001 | 0,0038 | 0,0024 | 0,0023 | 0,0000 | 0,0109 |

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Cálculos de los Autores.

### Tabla 2 Ciudades Capitales de Colombia. ICT Vs. ICTRC, 2022

| Ciudad        | Puesto ICT | Valor ICT | Puesto ICTRC | Valor ICTRC |
|---------------|------------|-----------|--------------|-------------|
| Bogotá        | 1          | 5,74      | 1            | 7,58        |
| Cartagena     | 2          | 4,27      | 4            | 6,41        |
| Medellín      | 3          | 3,52      | 2            | 6,99        |
| Santa Marta   | 4          | 3,03      | 6            | 6,22        |
| Cali          | 5          | 1,55      | 3            | 6,41        |
| Barranquilla  | 6          | 1,08      | 5            | 6,24        |
| Pereira       | 7          | 0,73      | 7            | 6,05        |
| Bucaramanga   | 8          | 0,70      | 8            | 6,04        |
| Villavicencio | 9          | 0,68      | 15           | 4,9         |

**Cont... Tabla 2**

|                       |    |      |    |      |
|-----------------------|----|------|----|------|
| Cúcuta                | 10 | 0,56 | 13 | 5,28 |
| Armenia               | 11 | 0,49 | 11 | 5,75 |
| Ibagué                | 12 | 0,48 | 10 | 5,82 |
| Pasto                 | 13 | 0,41 | 23 | 3,45 |
| Manizales             | 14 | 0,34 | 9  | 5,86 |
| Montería              | 15 | 0,29 | 20 | 4,19 |
| Yopal                 | 16 | 0,28 | 16 | 4,89 |
| Valledupar            | 17 | 0,27 | 24 | 3,33 |
| Neiva                 | 18 | 0,26 | 12 | 5,36 |
| Riohacha              | 19 | 0,24 | 17 | 4,79 |
| Popayán               | 20 | 0,19 | 22 | 3,57 |
| Leticia               | 21 | 0,16 | 27 | 2,80 |
| Tunja                 | 22 | 0,12 | 14 | 4,99 |
| Florencia             | 23 | 0,11 | 19 | 4,22 |
| Sincelejo             | 24 | 0,11 | 21 | 3,71 |
| Quibdó                | 25 | 0,09 | 18 | 4,51 |
| Mocoa                 | 26 | 0,07 | 25 | 2,85 |
| San José del Guaviare | 27 | 0,06 | 30 | 2,31 |
| Arauca                | 28 | 0,04 | 31 | 2,15 |
| Inirida               | 29 | 0,01 | 26 | 2,83 |
| Puerto Carreño        | 30 | 0,01 | 29 | 2,46 |
| Mitú                  | 31 | 0,01 | 28 | 2,58 |

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - COTELCO – UNICAFAM. Cálculos de los Autores.

Cabe destacar que la Brecha Promedio de Competitividad Turística fue de 5,16 puntos sobre 6,00, es decir, del 86,07%; por ciudades ésta está por debajo del 50,0% en el caso de Santa Marta, Medellín, Cartagena y Bogotá,

mientras que en el resto de ciudades la brecha supera el 70,0%, siendo los casos más extremos: San José del Guaviare, Arauca, Inirida, Puerto Carreño y Mitú, donde la brecha supera el 99,0% (Tabla 3).

**Tabla 3**  
**Ciudades Capitales de Colombia. ICT, Brecha de Competitividad Turística (BCT), Proporción de la Brecha (%), 2022**

| Ciudad      | ICT    | BCT    | Proporción de la Brecha |
|-------------|--------|--------|-------------------------|
| Bogotá      | 5,7364 | 0,2636 | 4,394                   |
| Cartagena   | 4,2677 | 1,7323 | 28,872                  |
| Medellín    | 3,5185 | 2,4815 | 41,358                  |
| Santa Marta | 3,0305 | 2,9695 | 49,491                  |
| Cali        | 1,5507 | 4,4493 | 74,155                  |

## Cont... Tabla 3

|                              |               |               |                |
|------------------------------|---------------|---------------|----------------|
| <b>Barranquilla</b>          | 1,0834        | 4,9166        | 81,943         |
| <b>Pereira</b>               | 0,7338        | 5,2662        | 87,769         |
| <b>Bucaramanga</b>           | 0,6959        | 5,3041        | 88,402         |
| <b>Villavicencio</b>         | 0,6839        | 5,3161        | 88,601         |
| <b>Cúcuta</b>                | 0,5571        | 5,4429        | 90,715         |
| <b>Armenia</b>               | 0,4939        | 5,5061        | 91,768         |
| <b>Ibagué</b>                | 0,4807        | 5,5193        | 91,988         |
| <b>Pasto</b>                 | 0,4138        | 5,5862        | 93,103         |
| <b>Manizales</b>             | 0,3448        | 5,6552        | 94,253         |
| <b>Montería</b>              | 0,2899        | 5,7101        | 95,168         |
| <b>Yopal</b>                 | 0,2823        | 5,7177        | 95,296         |
| <b>Valledupar</b>            | 0,2672        | 5,7328        | 95,546         |
| <b>Neiva</b>                 | 0,2628        | 5,7372        | 95,620         |
| <b>Riohacha</b>              | 0,2387        | 5,7613        | 96,022         |
| <b>Popayán</b>               | 0,1899        | 5,8101        | 96,836         |
| <b>Leticia</b>               | 0,1557        | 5,8443        | 97,406         |
| <b>Tunja</b>                 | 0,1208        | 5,8792        | 97,987         |
| <b>Florencia</b>             | 0,1129        | 5,8871        | 98,118         |
| <b>Sincelejo</b>             | 0,1072        | 5,8928        | 98,214         |
| <b>Quibdó</b>                | 0,0904        | 5,9096        | 98,494         |
| <b>Mocoa</b>                 | 0,0716        | 5,9284        | 98,806         |
| <b>San José del Guaviare</b> | 0,0571        | 5,9429        | 99,048         |
| <b>Arauca</b>                | 0,0402        | 5,9598        | 99,330         |
| <b>Inirida</b>               | 0,0110        | 5,9890        | 99,817         |
| <b>Puerto Carreño</b>        | 0,0109        | 5,9891        | 99,818         |
| <b>Mitú</b>                  | 0,0051        | 5,9949        | 99,916         |
| <b>Promedio</b>              | <b>0,8356</b> | <b>5,1644</b> | <b>86,0727</b> |

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Cálculos de los Autores.

Indiscutiblemente, las ciudades principales tienen una serie de condiciones propicias para ser competitivas. En particular, la ciudad de Bogotá cuenta con infraestructura en cuanto a hoteles, terminales de transporte, conectividad tanto a nivel nacional como internacional, acceso a servicios públicos, etc.; posee también niveles de formación relativamente altos de la mano de obra en temas turísticos, que van desde formación técnica hasta profesional, que impactan en la

prestación de los servicios turísticos de la ciudad. También tiene un inventario importante del patrimonio cultural, así como atractivos culturales y el desarrollo de festividades y eventos tradicionales, que hacen parte del atractivo turístico de la ciudad como destino.

Por su parte, la ciudad de Cartagena con su inventario turístico referente tanto a nivel nacional como internacional. Medellín es una ciudad con disponibilidad de paquetes turísticos, visibilidad y promoción como

destino a nivel nacional e internacional, así como condiciones ambientales que pueden hacer sostenible a largo plazo el desarrollo de la actividad turística. De otro lado, Mitú, Puerto Carreño e Inírida, por el contrario, son ciudades que no poseen atractivos turísticos a nivel patrimonial o cultural importantes, que no poseen infraestructura ni acceso a servicios públicos, sociales y comunales importantes para el desarrollo de la actividad turística, son municipios con pocas o ningunas condiciones para el desarrollo del turismo (COTELCO – UNICAFAM, 2023).

## 5. Conclusiones

Colombia es un país donde existen brechas importantes entre territorios para el desarrollo de la actividad turística; en este sentido, hay ciudades con condiciones apropiadas en términos de infraestructura, servicios, condiciones de la mano de obra, conectividad, promoción, inversiones públicas en materia turística, además del inventario turístico como parte del destino, que hacen posible alcanzar niveles de competitividad adecuados; sin embargo, existen territorios que puede que tengan condiciones o recursos que hagan parte de su potencial endógeno, y que puedan ser atractivos, pero con poco o ningún acceso a condiciones para el desarrollo de este renglón económico.

De esta forma, es fundamental la gestión de una política pública que sea focalizada en los territorios, donde desde el gobierno central y los gobiernos locales se puedan crear externalidades positivas que atraigan la inversión de los privados para el desarrollo del turismo como actividad generadora de empleo y desarrollo.

## Referencias

- Abdel, G., y Romo, D. (2005). Sobre el concepto de Competitividad. *Comercio Exterior*, 55(3), 200-214. [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-09/Unidad\\_academica/5/Competitividad.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-09/Unidad_academica/5/Competitividad.pdf)
- Baños, P. J., y Jiménez, F. K. A. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4), 977–995. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056010.pdf>
- Becerra, N., Nery, J., y Domínguez, B. (2020). *Gestión empresarial y aprendizaje organizacional. Herramientas para el desarrollo de habilidades gerenciales en un contexto de competitividad regional*. Editorial Plaza y Valdés.
- Botero, L., y Casillas, J. (2019). *Evaluación de la gestión internacional y su impacto en la competitividad: un enfoque multidimensional* (Tesis doctoral inédita). Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/items/c91e8010-85a8-46bd-bd5c-1457bc61abb4>
- Bris, A. (2021). The drivers of business competitiveness. In *The Right Place* (1st ed., p. 43). <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781003131397-2/drivers-business-competitiveness-arturo-bris?context=ubx&refId=80fee59b-8639-4d53-b11a-6565b027a3e1>
- Departamento Nacional de Planeación – DNP. (2023). *Metodología de Cierre de Brechas* (Documento técnico No. 39). Bogotá. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/Carpeta%202024/SPT/Medici%20C3%B3n%20de%20brechas%20territoriales/20231228->

[CdeE%202.1%20Documento%20te%CC%81cnico\\_2023\\_Brech.pdf](https://www.cdeu.com.co/wp-content/uploads/2024/10/ICC-2024.pdf)

- Díaz, G., Quintana, M. D., y Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1465>
- Domínguez, M., Blancas, F., Guerrero, F., y González, M. (2011). Una revisión crítica para la construcción de indicadores sintéticos. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 11, 41-70. <https://www.redalyc.org/pdf/2331/233118302004.pdf>
- Dorta-Afonso, D., y Hernández-Martín, R. (2015). Subnational tourism competitiveness performance. The Canary Islands vs. the German Länder. *European Journal of Tourism Research*, 10, 51-63. <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/177>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500308667962>
- Fundación Universitaria CAFAM - UNICAFAM, & Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO. (2024a). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC. Departamentos 2024* (No. 170). Bogotá. <https://www.cptur.org/publicaciones/hPxjCe6cltZAsBp>
- Fundación Universitaria CAFAM - UNICAFAM, & Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO. (2024b). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC. Ciudades Capitales y Municipios con Vocación Turística 2024* (No. 166). Bogotá. <https://www.cptur.org/publicaciones/hPxjCe6cltZAsBp>
- Fundación Universitaria CAFAM - UNICAFAM, y Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO. (2020). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC. Departamentos 2020* (No. 125). Bogotá. <https://cptur.org/publicaciones/ZYnRVO9fxFXleg>
- Fundación Universitaria CAFAM - UNICAFAM, y Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO. (2023). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia ICTRC. Ciudades Capitales y Municipios con Vocación Turística 2022* (No. 116). Bogotá. <https://www.cptur.org/publicaciones/44HqbO7ykBC8sIE>
- García, J., Tumbajulca, I., y Cruz, J. (2018). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Revista Comunic@cción*, 2(2), 500-509. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Lima, S., García, C. S., Gómez, D., y Eusébio, C. (2012). El Turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. Volunteers. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3), 303-314. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88123060007>
- Matute, M., y Asanza, P. (2008). Aspectos psicológicos del turismo (No. 105). *eumed.net*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/209/209.pdf>
- Medeiros, V., Godoi, L. G., y Teixeira, E. C. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista Cepal*, 127, 7-27. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45005-la-competitividad-sus-factores-determinantes-un-analisis-sistematico-paises>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *Plan Sectorial de Turismo 2022-2026: Turismo en armonía con la vida* (No. 190). Bogotá – Colombia. <https://fontur.com.co/sites/default/files/2024-02/PLAN%20SECTORIAL%20DE%20TURISMO%202022-2026.pdf>
- Mogrovejo-Andrade, A., Herrera-Martínez, M., Maldonado-Niño, N., y García-Torres, T. (2019). El turismo como contribución al crecimiento del PIB, para el desarrollo de la economía del país. *Cfío América*, 13(25), 298-307. <https://doi.org/10.21676/23897848.3414>
- Monterroso, E. (2016). Competitividad y Estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 3(3), 4-26. <https://www.studocu.com/es-mx/document/instituto-tecnologico-de-minatitlan/tecnologia-de-los-materiales/articulo-competitividad-y-estrategia-monterroso/36222465>
- Morillo, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/4655545890011.pdf>
- Nieto, J. L., Román, I. M., Bonillo, D., y Paulova, N. (2016). El turismo a nivel mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(1), 129-144. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665915>
- Pérez, C. M., Chirinos, Y. del V., Ramírez, A. G., y Barbera, N. (2021). Factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 26(5), 350-369. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/36449>
- Petro, G., y Márquez, F. (2022). *Colombia potencia mundial de la vida. Programa de Gobierno 2022 – 2026* (No. 54). <https://drive.google.com/file/d/1nEH9SKih-B4DO2rhjTZAKiBZit3FCChmF/view>
- Plascencia, T., Madrigal-Herrera, P., Rivera-Rivas, L., y Araiza-López, C. (2020). Business competitiveness from the business profile. *Journal Business Administration and Business Economics Marketing Accounting*, 1-11. <https://doi.org/10.35429/JBAB.2020.7.4.1.11>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones* (Ed. original: *The Competitive Advantage of Nations*, 1990). Edit. Javier Vergara. <https://trendpdf.pro/download/4940052-Ventaja%20Competitiva%20De%20Las%20Naciones%20Michael%20Porter%20Libro>
- Rengifo, J. I., y Sánchez, J. M. (2021). Conceptos básicos del turismo. Aproximación a la evolución reciente de las políticas turísticas en Extremadura. In *Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas* (No. 26). <https://dehesa.unex.es/handle/10662/12426>
- Ritchie, J. R. B., y Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Editora Cabi.
- Saisana, M., & Tarantola, S. (2002). *State - of - the - Art Report on Current Methodologies and Practices for Composite Indicator Development* (No. 73). Joint Research Centre, European Commission. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9253d939-b47b-4428-b792-619e6b6c8645>
- Sarmiento, Y. R., y Delgado, M. (2020). Medición de la competitividad empresarial para el desarrollo territorial. *Cooperativismo y Desarrollo*, 8(3), 409-424. <http://>

- [scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2310-340X202000300409](https://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2310-340X202000300409)
- Schuschny, A., y Soto, H. (2009). *Guía metodológica Diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible* (No. 102). CEPAL – GTZ. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a627f68b-9902-4fa2-a516-912a903ecf22/content>
- Serrano-Amado, A-M., Montoya-Restrepo, L-A., y Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Revista Gestión y Ambiente*, 21(1), 99-109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>
- Villegras, D., y Toro, I. (2010). Las Pymes: Una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. *Revista MBA EAFIT*, 3, 86-101. <https://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-mirada-a-partir-experiencia-academica-mba.pdf>
- Vizcaíno, J. (2018). La relación sociedad-universidad en los marcos de la Globalización. *Revista Ciencia & Tecnología*, (14), 1-11. <https://www.google.com/search?q=https://doi.org/10.47189/rcct.v17i14.111>
- World Economic Forum - WEF (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024* (Insight Report). <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- World Tourism Organization - UNWTO (2018). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2018* (No. 20). Hamburgo – Alemania. <https://doi.org/10.18111/9789284419890>
- World Tourism Organization - UNWTO (2022). *Tendencias actuales del turismo internacional* (CE/116/3(a), No. 5). Madrid. [https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/CE116\\_03\\_a\\_Current\\_trends\\_and\\_prospects\\_tourism\\_Sp\\_0.pdf?VersionId=PxkSgml-7zvDI16pePDgak3nY6WmJZT5S](https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/CE116_03_a_Current_trends_and_prospects_tourism_Sp_0.pdf?VersionId=PxkSgml-7zvDI16pePDgak3nY6WmJZT5S)