
Diseño de una propuesta para medir la competitividad de los recursos turísticos en los municipios de Tolú y Coveñas, departamento de Sucre, teniendo en cuenta el modelo de medición de la competitividad global

Tatiana Sampayo Arenilla

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Sincelejo - Sucre
2018



Diseño de una propuesta para medir la competitividad de los recursos turísticos en los municipios de Tolú y Coveñas, departamento de Sucre, teniendo en cuenta el modelo de medición de la competitividad global

Tatiana Sampayo Arenilla

Proyecto de investigación como requisito final para optar al título de
Administradora de Empresas

Director

Dra. Gertrudis Ziritt Trejo

Dr. En ciencias para el Desarrollo Estratégico

MSc. En gerencia de Recursos Humanos

Lic. Administración de Empresas.

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Sincelejo - Sucre

2018

Nota de Aceptación

4.0 (Cuatro Puntos ocho)

Stephano L. Ruiz

Director

Paloma Cardona A.

Evaluador 1

Miguel Ángel...

Evaluador 2

Sincelejo, Sucre, mayo de 2018



Dedicatoria

Dedico este gran logro en primer lugar a mi Dios, porque me ha dado la sabiduría y la
fortaleza para poder realizar mis sueños,

A mis hijos Alejandro, Mattías y Sofía, por ser el motivo que me impulsa cada día,

A mis familiares y amigos que me acompañaron y me apoyaron en alcanzar este paso,

Muchas gracias.

Tatiana



Agradecimientos

Mi agradecimiento para el desarrollo de la tesis; Diseño de una propuesta para medir la competitividad de los recursos turísticos en los municipios de Tolú y Coveñas, departamento de Sucre, teniendo en cuenta el modelo de medición de la competitividad global, a los siguientes actores académicos e institucionales:

A la Corporación Universitaria del Caribe, a la Secretaría de Desarrollo Empresarial y turismo del municipio de Coveñas, Sucre, a la Secretaria de Turismo del municipio de Santiago de Tolú, Sucre, y a la Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación de Sucre.

Agradezco a los siguientes asesores por su gran aporte:

Gertrudis Ziritt, Andrés Viloría, Yolanda Cardona.

A todos aquellos que contribuyeron a alcanzar este gran logro, mis más sinceros agradecimientos.

Tabla de contenido

Introducción	13
Capítulo 0: Anteproyecto	14
1. Identificación del problema.....	14
2. Objetivos	16
2.1. Objetivo General.....	16
2.2. Objetivos Específicos	16
3. Justificación.....	17
4. Antecedentes	19
4.1. Modelos de competitividad para la actividad turística	19
4.2. Modelos de Desarrollo Turístico e Impactos Ambientales – las Nuevas Coordenadas ..	20
4.2.1. Modelo del Sistema Interfuncional Integrado de la Competitividad en Destinos Turísticos (SIIC) – Toledo, Valdez y Polero (2000).	22
4.2.2. Clasificación de destinos turísticos - The Premier-ranked Tourist Destinations (Gennest y Legg, 2003).	25
4.2.3. Modelo conceptual de competitividad y sostenibilidad para destinos turísticos – Ritchie y Crouch (2003).	27
4.2.4. Elementos de la competitividad en destinos turísticos.....	32
4.2.5. Destinos Turísticos competitivos: Ranking de los destinos turísticos más competitivos del mundo (canalis, 2015).....	33
4.3. Desarrollo turístico con un enfoque competitivo Internacional	34
6. Metodología de trabajo.....	36
6.1. Tipo y Método de Investigación.....	36
6.2. Delimitación de la Información.....	37
6.3. Población y Muestra.	37
6.4. Fases	37
6.5. Resultados esperados	38
6.6. Plan de Trabajo	39
Capítulo 1: Marco referencial	40
7. Marco teórico	40
7.1. Enfoques de la Planificación Turística	40
7.2. La competitividad y la gestión del desarrollo desde la política.....	43
7.3. Modelo de Crouch y Ritchie.	45
7.4. Modelo de Competitividad Turística. World Travel and Tourism Council.	50
7.5. La competitividad turística	51
Clasificación de los bienes y atractivos	59
Capítulo 2: Modelo Dwyer y Kim.....	66

8.	Descripción de los elementos del modelo para la medición de la competitividad global de Dwyer y Kim.	66
8.1.	Modelo Integrado de la Competitividad del Destino Turístico de Dwyer y Kim.	66
8.2.	Recursos Naturales y Culturales (Ruiz, 2008).....	68
8.2.1.	Recursos heredados.	68
8.2.2.	Recursos creados.	68
8.2.3.	Factores de apoyos y recursos.....	69
8.2.4.	Condiciones situacionales (Ruiz, 2008).....	70
8.3.	Modelo de Gestión del Destino (Ruiz, 2008).....	71
8.4.	Condición de la demanda.....	72
	Capítulo 3: Componentes del modelo de medición de competitividad.....	73
9.	Niveles de competitividad según las variables estratégicas que componen el modelo de medición de la competitividad global y su relación con las variables comparativas encontradas en los recursos turísticos en los municipios estudiados.	73
9.1.	Aspectos generales del municipio de Santiago de Tolú.....	73
9.1.1.	Aspectos Físicos.....	73
9.1.2.	Aspectos Económicos.	74
9.1.3.	Vías de acceso.	76
9.2.	Recursos Naturales y Culturales.....	76
9.2.1.	Recursos heredados y creados.....	76
9.3.	Factores de apoyos y recursos.....	78
9.3.1.	Condiciones situacionales.....	80
9.3.2.	Modelo de Gestión del Destino.....	81
9.3.3.	Estudio de competitividad de cámara de comercio Ruta Vacacional (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016).....	82
9.3.1.	Condición de la demanda.....	83
9.3.2.	Estudio de mercado.....	83
9.3.3.	Indicadores de sostenibilidad turística para el municipio de Tolú. (Villarraga Amaya, 2012).....	84
9.3.4.	Indicadores de turismo para Colombia.(Villarraga Amaya, 2012).....	87
9.4.	El Municipio De Coveñas, Sucre.....	89
9.4.1.	Generalidades.....	89
9.4.2.	Aspectos Económicos.	91
9.4.3.	Características Económicas.....	92
9.4.4.	Recursos Naturales y Culturales.....	95
9.4.5.	Factores de apoyos y recursos.....	97
9.4.6.	Sostenibilidad ambiental y turística política.....	98
9.4.7.	Condiciones situacionales.....	101
9.4.8.	Modelo de Gestión del Destino.....	102
9.4.9.	Condición de la demanda.....	103
9.4.10.	Estudio de mercado.....	104
9.5.	Destino competitivo.....	104

9.5.1. Indicadores de sostenibilidad turística para el municipio de Tolú.(Villarraga Amaya, 2012)	106
9.5.2. Indicadores de turismo para Colombia.(Villarraga Amaya, 2012)	108
Capítulo 4: Diseñar una propuesta para la medir competitivamente los recursos turísticos de municipio de tolú y Coveñas y su aplicabilidad en la gestión de la actividad turística	112
10. Diseño propuesto para Santiago de Tolú y Coveñas	112
11. Conclusión.....	116
12. Recomendaciones	118
Referencias bibliográficas	119

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Metodología de recolección de la información</i>	36
Tabla 2. <i>Cronograma</i>	39
Tabla 3. <i>Valor agregado municipal de Santiago de Tolú</i>	75
Tabla 4. <i>Identificación y clasificación de recursos de naturaleza creados y heredados</i>	77
Tabla 5. <i>Eje estratégico: Promoción y Planeación del desarrollo turístico</i>	79
Tabla 6. <i>Matriz de problemas asociados a la falta de planificación turística de Santiago de Tolú.</i>	80
Tabla 7. <i>Calificación en Indicadores de la Gestión del Destino Año 2016</i>	82
Tabla 8. <i>Propuesta de indicadores</i>	84
Tabla 9. <i>Puntajes obtenidos</i>	88
Tabla 10. <i>Valor agregado en el municipio de Coveñas (pesos corrientes)</i>	94
Tabla 11. <i>Identificación y clasificación de recursos de naturaleza creados y heredados</i>	96
Tabla 12. <i>Objetivos, objetivos estratégicos y programa.</i>	99
Tabla 13. <i>Indicadores</i>	103
Tabla 14. <i>Zonas</i>	105
Tabla 15. <i>Propuesta de indicadores</i>	106
Tabla 16. <i>Indicador Departamento de Sucre</i>	110

Lista de figuras

<i>Figura 1. Modelo representativo de Competitividad y Sostenibilidad para Destinaciones Turísticas</i>	28
<i>Figura 2. Modelo conceptual de la competitividad de Crouch y Ritchie</i>	49
<i>Figura 3. Modelo integrado de la competitividad de un destino turístico.</i>	68
<i>Figura 4. Ubicación del municipio de Santiago de Tolú en el departamento de Sucre.</i>	74
<i>Figura 5. Ubicación en el mapa el Municipio</i>	78
<i>Figura 6. Etapas del plan de acción de la ruta turismo vacacional.</i>	83
<i>Figura 7. Logo.</i>	84
<i>Figura 8. Medición en los diferentes aspectos del departamento de Sucre.</i>	89
<i>Figura 9. Ubicación del municipio de Coveñas, Sucre.</i>	90
<i>Figura 10. Participación de las ramas de actividad económica en Coveñas.</i>	95
<i>Figura 11. Ubicación Golfo del Morrosquillo.</i>	97
<i>Figura 12. Departamento de Sucre</i>	111
<i>Figura 13. Modelo de gestión turística para la competitividad local.</i>	113

Resumen

Este proyecto de investigación pretende plantear una alternativa estratégica para dinamizar la actividad turística en territorios con vocación para desarrollar una oferta turística que consolide destino de clase mundial. El marco teórico se fundamenta en los conceptos básicos de los modelos teóricos de planificación turística y su relación con los enfoques para el desarrollo competitivo. La metodología se desarrolla en tres momentos, el primero es una descripción de los elementos del modelo de medición de la competitividad global, el segundo, es una relación de las variables competitivas que componen el modelo con el análisis de variables competitivas de los recursos turísticos encontrados en el territorio y el tercer elemento, se analiza el modelo de la medición de la competitividad global y su aplicabilidad en la gestión de la actividad turística. La estructura del contenido de la investigación se hace a partir de la construcción de capítulos; el capítulo cero es la presentación de la propuesta de investigación, el 1er capítulo, es el constructo teórico y marco referencial de autores e investigaciones que apuntan al tema, el 2do capítulo es la descripción del modelo de medición de la competitividad global, el 3er capítulo establece la relación de los niveles de competitividad y las variables estratégicas del modelo en referencia. En el capítulo 4 se analiza el modelo de medición de la competitividad Global para los recursos de los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas y sus aplicabilidades en la gestión de la actividad turística.

Palabras clave: Competitividad, recursos turísticos, sostenibilidad, gestión turística.

Abstract

This research project aims to propose a strategic alternative to boost tourism activity in territories with a vocation to develop a tourist offer that consolidates a world class destination. The theoretical framework is based on the basic concepts of the theoretical models of tourism planning and their relationship with the approaches to competitive development. The methodology is developed in three moments. The first is a description of the elements of the global competitiveness measurement model, the second is a list of the competitive variables that make up the model with the analysis of competitive variables of the tourism resources found in the territory and the third element, the model of the measurement of global competitiveness and its applicability in the management of tourism activity is analyzed. The structure of the research content is based on the construction of chapters; chapter zero is the presentation of the research proposal, the 1st chapter, is the theoretical construct and referential framework of authors and research that point to the topic, the 2nd chapter is the description of the global competitiveness measurement model, the 3rd chapter establishes the relationship of the levels of competitiveness and the strategic variables of the model in reference. Chapter 4 analyzes the Global Competitiveness measurement model for the resources of the municipalities of Santiago de Tolú and Coveñas and their applicability in the management of tourism activity, the design of the strategy for the planning of tourism activity with endogenous approach.

Keywords: Competitiveness, tourism resources, sustainability, tourism management.

Introducción

Esta propuesta de investigación se realiza a partir de la modalidad de investigación descriptiva cualitativa, desde un enfoque estratégico, que busca presentar una propuesta de diseño que integre los elementos del modelo de medición para competitividad global desde una visión territorial, es decir, plantea y propone una guía para hacer un análisis de los recursos creados y heredados de un destino turístico en vía desarrollo. Las razones que se tuvieron en cuenta para abordar esta temática están centradas en mejorar los niveles de competitividad en los ejes de gestión y promoción de la oferta turística a partir del fortalecimiento de la cadena de valor. Por lo tanto, el objetivo principal se enfoca en analizar los elementos del modelo de medición de la competitividad global y su relación con las variables competitivas de los recursos turísticos heredados y creados en los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas.

Para cumplir con el propósito del objetivo principal es necesario en primera medida describir los modelos que conforma el modelo de medición competitividad global; segunda, establecer los niveles según las variables estratégicas que componen el modelo y, por último, analizar la pertinencia del modelo de medición de competitividad global en la gestión turística de los municipios en estudio.

La metodología aplicada es descriptiva y analítica, tiene tres momentos: primero se recopila información secundaria para la descripción del modelo de medición competitivo global, es decir, se realiza una descripción detallada de los elementos que definen el modelo. Segundo, se establece un cuadro de relación de los elementos que conforma el modelo de medición competitiva y las variables encontradas en los recursos turísticos de los municipios, para lo cual se utiliza la técnica de impacto cruzado. Y tercero, se analiza la aplicabilidad del modelo estudiado y los resultados obtenidos en el cuadro comparativo para determinar su pertinencia en la gestión turística.

Capítulo 0: Anteproyecto

1. Identificación del problema

La región Caribe colombiana se ha considerado como emporio turístico por excelencia, dada la variedad de atractivos, recursos y trayectoria histórica y social. Así mismo el departamento de Sucre, tiene características etnográficas propias de cada una de sus cinco subregiones, proporciona un gran potencial turístico; dentro de la variedad en el departamento de Sucre se ofrece turismo de naturaleza, acuaturismo, turismo religioso, ecoturismo, etnoturismo, turismo gastronómico, agroturismo; siendo su mayor fortaleza el turismo de sol y playa, y la rica diversidad folclórica y cultural.

El turismo contribuye al desarrollo económico de los destinos turísticos en la captación de divisas, la generación de empleos, la formación de capital humano del sector y la oportunidad de negocios e inversiones públicas y privadas que beneficia al destino. (Negrete, Hernández, y Achondo, 2015). EL Golfo de Morrosquillo cuenta con potencial turístico en el área geográfica, gastronómica, etnográfica, cultural y religioso. Pero la insuficiencia y deficiencia de infraestructura de servicios públicos dificulta el aprovechamiento del potencial ecoturístico como medio de desarrollo de la comunidad (Buelvas y Rojas, 2015).

El departamento de Sucre cuenta con una amplia riqueza en biodiversidad lo cual conforma una gama diversa de atractivos turísticos que pueden ser valorados por las personas visitantes del destino, sin embargo, la oferta de servicios es muy débil debido a que, no se cuentan con inventarios actualizados de los diferentes recursos turísticos, de tal manera que dificulta la gestión de rutas y paquetes turísticos que integren productos diferenciados en cada uno de los municipios específicamente de la sub región Golfo de Morrosquillo, de igual manera la falta de registros actualizados impide el desarrollo de estrategias oficiales y privadas para potencializar el sector.

Por otra parte, El sector turismo en la actualidad ha presentado grandes avances en lo relacionado a los procesos para medir la competitividad, la cual es interpretada desde diferentes ópticas por múltiples autores, existen una variedad de modelos para identificar las ventajas competitivas de un sector, en especial para el turismo, pero en el departamento de Sucre no se cuenta con procesos de medición de la competitividad a la falta de un modelo ajustado a las condiciones del medio. Esto contribuye a la ausencia de un sistema de indicadores de gestión para medir la competitividad, lo cual deja un vacío para la adecuada gestión y proyección del sector. (Díaz y Márquez, 2016).

Es por ello que surge la pregunta ¿Cuál es el nivel de competitividad de los recursos turísticos en los municipios de Tolú y Coveñas – Colombia?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Diseñar una propuesta para la medición de la competitividad de los recursos turísticos en los municipios de Tolú y Coveñas – Departamento de Sucre, teniendo en cuenta las variables y los elementos del modelo competitivo de Dwyer y Kim.

2.2. Objetivos Específicos

- Describir los elementos del modelo de medición de la competitividad global de Dwyer y Kim.
- Establecer los niveles de competitividad según las variables estratégicas que componen el modelo de medición de la competitividad global y su relación con las variables comparativas encontradas en los recursos turístico en los municipios estudiados.
- Diseñar una propuesta para medir competitivamente los recursos turísticos de los municipios de Tolú y Coveñas y su aplicabilidad en la gestión de la actividad turística.

3. Justificación

El sector turismo en los últimos años ha estado en una posición priorizada por la gran mayoría de los documentos de política pública, donde es considerado como una apuesta publica el impulsar este sector dado de las realidades del territorio y las ventajas comparativas con las que se cuentan, es así como el presente proyecto responde a la necesidad de generar indicadores de línea base que permitan a futuro poder facilitar los procesos de toma de decisiones a nivel de gestión pública para el incremento de la competitividad, de igual manera, el sector privado pueda definir estrategias internas para mejorar las capacidades relacionadas a la oferta de servicios turísticos.

En la gestión de destinos turísticos es común el uso de indicadores globales, los cuales proporcionan criterios que permiten adoptar medidas correctoras o mejoras que pueden ser utilizadas en la gestión sostenible del destino la cual se instrumentaliza, generalmente, con un conjunto de indicadores con fuertes componentes medioambientalistas y económico, (Sancho y García, 2011).

Los municipios de Tolú y Coveñas están carentes de un proceso de levantamiento de la información de los diferentes recursos turísticos con los que se encuentran a lo largo de sus territorios, de tal manera que se permita una mejor gestión del turismo en el departamento de Sucre, mediante el presente proyecto se da respuesta a esta necesidad y se aporta valor en el desarrollo de la región y los municipios en particular.

De igual manera, mediante el presente trabajo se desarrolla un proceso de revisión de los diferentes modelos de medición de la competitividad en el área turística y se diseña un modelo que permita medir, ajustado a las necesidades de la región, esto nos permite contar con una herramienta de gestión que desencadenará la producción de un cuadro de mando para controlar la gestión tanto a nivel público como a nivel privado y conocer cómo las acciones desarrolladas impactan sobre el nivel de competitividad en la región.



También, el presente proyecto se justifica debido a que existe una tradición en la institución por parte de un grupo de docentes en esta área que de una u otra manera conocen a mayor profundidad las necesidades reales de este sector y plantearan un paquete de soluciones estratégicas con la finalidad de mejorar el nivel de competitividad del turismo en el departamento de Sucre.

4. Antecedentes

La naturaleza de la actividad turística lleva en primera instancia a determinar su complejidad en su forma de interactuar, toda vez que busca integrar aspectos sociales, económicos, políticos, psicológicos, antropológicos y tecnológicos, entre otros; este hecho ha permitido que en el transcurrir del desarrollo de la actividad se acompañe de conocimientos aplicados desde la administración, específicamente desde los procesos administrativos entre esos, la planificación. Este se lleva a cabo a partir de metodologías aplicadas que permiten fijar objetivos, formular estrategias e implementar modelos dentro de un determinado sistema.

En la actualidad los procedimientos para la planificación turística del territorio son necesarios, porque inciden en desarrollo productivo del sector o de destino turístico. Igualmente, incrementa el flujo turístico, mejora la calidad de los servicios ofertados y eleva las condiciones de vida de la comunidad nativa.

Es evidente, que los factores para la competitividad de la actividad turística deben ser transversal, estructural y debe abordarse desde la ordenación territorial hasta la aplicación de los instrumentos que definan el modelo turístico, a partir de la implementación de una estrategia concertada con los actores vinculados al territorio.

4.1. Modelos de competitividad para la actividad turística

Los avances en la comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos y sobre todo la inclusión de la sostenibilidad como indicador de desempeño, han ocasionado distintos modelos teóricos que intentan representar el complejo sistema donde se plasma el turismo con toda su implicada red de interacciones(Varzin, 2008).

4.2. Modelos de Desarrollo Turístico e Impactos Ambientales – las Nuevas Coordenadas

La interpretación de cómo sigue la marcha del desarrollo turístico, hacia dónde puede llegar y lo que se puede lograr con las diferentes formas de implementárselo, ha sido un esfuerzo continuo de los científicos en los últimos años. De acuerdo con Bosch Campubrí et al. (1998), los modelos de desarrollo turísticos se resumen en dos tipos básicos: intensivo continuo y extensivo puntual.

El intensivo continuo sigue la pauta del modelo de desarrollo turístico tradicional cuyas características corresponden a la densificación y congestión urbanística, deterioro del paisaje y del ambiente, ofertas estandarizadas, desconexión entre los espacios, desaprovechamiento de los recursos y de fuertes impactos negativos sobre el medioambiente.

El extensivo puntual corresponde a los modelos alternativos de desarrollo turístico, invariablemente basados en un desarrollo horizontal y equilibrado que provoca una imagen de alta calidad en la recuperación y aprovechamiento de los recursos y del paisaje. “Se caracteriza por una importante prevención de la contaminación y por una preocupación por la protección de los espacios naturales, mientras se incorporan los recursos culturales” (p. 87).

Para los autores, el primero corresponde al modelo de desarrollo turístico tradicional; el segundo es alzado como modelo alternativo, en respuesta a las características del nuevo modelo turístico y a las nuevas coordenadas de la gestión del espacio turístico. Los factores y características del modelo turístico pueden ser entendidos a través de cuatro grandes fuerzas: consumidores, tecnología, producción y gestión, cada una de las cuales con implicaciones múltiples en su dimensión de análisis. Estas fuerzas están determinadas por un conjunto global y competitivo muy singular y único en la historia, en donde factores como flexibilidad, segmentación y preocupación medioambiental se han puesto como condicionantes del desarrollo turístico. El foco de análisis de los autores es el medioambiente y bajo este prisma apuntan como

las nuevas coordenadas de la gestión del espacio turístico, los postulados que siguen (Bosch, Lluís, Serra, y Vallespinos, 1998)

Creciente sensibilidad ante la degradación paisajística y los costos medioambientales del crecimiento turístico, protección de espacios naturales, como franjas litorales, islas, ríos, montañas, flora, etc. (...) potenciación de los recursos naturales como oferta alternativa y que permita recuperar el territorio como atractivo esencial: los senderos, caminos de ronda, antiguos trazados ferroviarios, etc. (...) incorporación de recursos culturales en la oferta turística: museos, parques arqueológicos, festivales de música o gastronomía típicos, itinerarios monumentales o históricos, etc. (p. 88).

Aunque las consideraciones de los autores no hagan referencia explícita a la dimensión económica de la sostenibilidad turística y que los principales parámetros de soporte al modelo impartan de observaciones realizadas en destinos urbanos de países de Europa, como es el caso de España, los elementos y factores involucrados en la interpretación de los autores suelen ser los mismos para cualquier otra localidad turística preocupada con la competitividad global, esté ella en medio al concurrido mediterráneo o en los rincones más lejanos de Latinoamérica. La aproximación es derivada de los estudios y contribuciones de los autores en sus actividades académicas y en consultoría hacia el tratamiento de temas emergentes en turismo como es el medioambiente, una de las principales variables de influencia sobre las decisiones hacia el desarrollo sostenible para el turismo. En cuanto a los fundamentos científicos de la proposición, aunque basados en larga experiencia en planeamiento de destinos y productos turísticos, la interpretación aquí reproducida tiene carácter fundamentalmente teórico conceptual.

4.2.1. Modelo del Sistema Interfuncional Integrado de la Competitividad en Destinos Turísticos (SIIC) – Toledo, Valdez y Polero (2000).

A partir de Porter (1990), que define los cuatro atributos que promueven o impiden la creación de la ventaja competitiva nacional, Toledo, Valdez y Polero (2000), proponen un modelo teórico referencial que orienta metodológicamente los análisis y estudios sobre la integración de los elementos del sistema turístico y sus interrelaciones en un clúster. “Con un enfoque holístico y a partir de la teoría General de los Sistemas, se considera (...) que el sector de turismo, específicamente un clúster turístico, es un sistema abierto homeostático con equifinalidad, configurado para alcanzar la competitividad sustentable (Toledo, Valdez y Polero, 2000, p.14).

En la percepción de los autores, un clúster presenta características intrínsecas de la actual fase de la globalización, pues integra con un objetivo común las diversas instituciones intersectoriales que surgen de la nueva relación pública-privada: entidades mixtas, gubernamentales, no gubernamentales, universidades, de capacitación de la fuerza de trabajo, incubadoras de proyectos, asociaciones comerciales de clase, agencias de información, órganos de investigación y de soporte técnico. Un clúster está formado por empresas independientes unidas informalmente para poder ofrecer al cliente ventajas diferenciales. Según Dull et al (1995), constituye una forma alternativa de organizar la cadena de valor a través de redes de alianzas y sociedades entre las empresas de forma tal de aumentar y facilitar la flexibilidad para superar la rígida competencia tradicional.

El modelo del Sistema Interfuncional Integrado de la Competitividad en Destinos Turísticos (SIIC) que apoyan está formado por cinco factores y sus interrelaciones en el sistema turístico: los dos primeros, la masa crítica y la naturaleza de la demanda, tienen las características de crear condiciones básicas para el desarrollo del clúster. Estos ofrecen una configuración de partida para la planificación estratégica del mismo. Los tres elementos que completan el modelo

son los que mejoran la ventaja competitiva del clúster y concretase por medio de las estrategias competitivas, las estrategias cooperativas y las estrategias de relacionamiento con el cliente.

La **masa crítica** es el conjunto de los factores básicos necesarios para el desarrollo del destino turístico. Abarca la integración de los recursos turísticos (tierra, agua, geografía, clima, localización); humanos (calidad, capacitación, identidad cultural histórica, participación social); de capital (incentivos, inversiones, riesgos); infraestructura (sistema de transporte, telecomunicaciones, de facilidades a la inversión); de conocimientos (técnicos científicos, de las universidades, de I+D, de las asociaciones comerciales, las ONGs, de los órganos rectores y de fomento), superestructura (organización institucional intersectorial, relaciones privadas públicas, entidades de clase, relaciones con países emisores), seguridad (órganos de certificación de la sustentabilidad, sistema de apoyo al turista, garantía de libre disfrute de la estadía y del uso de sus atractivos con seguridad).

La **naturaleza de la demanda**, los autores interpretan por medio de atributos derivados de la naturaleza, deseos y expectativas del consumidor turístico, del potencial de la demanda y de los padrones de calidad o sofisticación de los segmentos abordados.

La **estrategia competitiva**, que según Porter (1993), debe basarse en una rivalidad interna vigorosa, sin restricciones y en igualdad de condiciones para competir, resulta en un ambiente fértil en el cual las empresas del *cluster* pueden crecer competitivamente. Este tipo de competición exige estrategias actualizadas y la constante introducción de innovaciones para satisfacer mejor las necesidades del cliente. Un grupo de rivales internos fuertes en el *cluster* constituye un ingrediente esencial para que el suceso competitivo en este tipo de configuraciones. El éxito internacional del *cluster* exige un ambiente local que coloque las empresas en padrones internacionales de calidad de servicios y que facilite, en lugar de inhibir, alcanzar estos padrones de competitividad. El estilo de competir dentro del *cluster* debe ser pujante para mejor satisfacer al cliente sobre la base de la calidad y diferenciación, mejorando así

su identidad por su competitividad.

El proceso de agrupamiento geográfico que es intrínscico al sector turístico fundamenta la *estrategia de cooperación*. Esta concentración en polos o destinos con atractivos turísticos no siempre ha estado acompañada por el fomento de las interrelaciones y alianzas entre los agentes del sistema. Se ha utilizado el nombre genérico de *clusterturístico* como sinónimo de destino o polo, aunque no opere con características de los *clusters* ya madurados en otros sectores económicos en la actual fase de la globalización.

El cluster, como una configuración especial que surge en el contexto de la globalización, tiene como propiedad principal el estrechamiento de las relaciones entre las organizaciones para crear una red de sinergias; su objetivo es el desarrollo de estrategias competitivas conjuntas, creando y entregando mayor valor al mercado, por medio de relacionamientos cooperativos entre empresas independientes que tienen un mismo objetivo, aunque compitan entre sí.

El modelo propuesto sugiere que la diferencia real del *clusterturístico* a la del polo turístico tradicional, está en que además de considerar los elementos de partida (masa crítica y naturaleza de la demanda), imprescindibles para desenvolver al polo, un *clusterturístico* busca su posición competitiva a escala global a través de un espacio tridimensional, que combina estrategias competitivas, estrategias cooperativas y estrategias de relacionamientos con el cliente que, con sus *inputs* (necesidades, deseos y expectativas), optimizan la configuración del sistema, retroalimentándolo con el proceso simultáneo de producción-consumo evaluación. Es este un proceso, la ventaja competitiva es alcanzada por el vector resultante de las tres estrategias.

El modelo no está caracterizado por las dimensiones de la sostenibilidad y representa una adaptación del modelo de Porter (1990), para sostener la proposición de los *clusterturísticos* como estrategia más efectiva para la competitividad. Como se ha dicho en el primero párrafo, la proposición es de alcance teórico referencial y de carácter metodológico abstracto.

4.2.2. Clasificación de destinos turísticos - The Premier-ranked Tourist Destinations (Gennest y Legg, 2003).

The Premier-ranked Tourist Destinations Workbook (Genest y Legg, 2003) es una metodología desarrollada con el apoyo del gobierno del Canadá para servir como herramienta para mensurar el estatus competitivo o situación de mercado de una destinación turística. La herramienta sirve de instrumento al servicio de la gestión y su intento es involucrar todos los elementos y variables críticas del entorno competitivo para destinos turísticos. Las informaciones reveladas suelen servir de base para el planeamiento estratégico y para el desarrollo del turismo como actividad económica de una localidad.

Para los autores, la metodología está estructurada de forma que haga posible:

- capturar los atributos/factores/condiciones consideradas necesarias para que una destinación turística sea percibida como en posición competitiva privilegiada;
- Identificar debilidades y amenazas que puedan ser administradas o contornadas;
- identificar fuerzas y oportunidades que puedan ser utilizadas para crear ventajas competitivas sustentables; y
- promueve la acción coordinada entre los diferentes sectores, favoreciendo el consenso sobre las prioridades para acción futura.

La evaluación consiste en un proceso analítico sistemático de las condiciones de competitividad del destino por medio de tres dimensiones de análisis: de producto, de desempeño y de futuro, incluyendo medidas de sustentabilidad y de interrelaciones entre los factores.

La *dimensión producto* evalúa las condiciones de la oferta turística del destino y su capacidad de proporcionar experiencias impactantes al visitante, a través de los siguientes atributos: recursos y atractivos esenciales; calidad y masa crítica; satisfacción y valor; accesibilidad; y equipamientos y servicios.

La **dimensión desempeño** evalúa los resultados del sector y si el destino tiene éxito en proporcionar experiencias de calidad a los visitantes, por medio de atributos e indicadores del: flujo turístico; ocupación y rentabilidad, y reconocimiento crítico e imagen.

La **dimensión futura** evalúa la capacidad del destino de mantenerse competitivo a lo largo del tiempo, analizando los factores y atributos de las estrategias de: marketing; innovación y renovación, y sustentabilidad local.

Para cada uno de los factores y atributos están indicados criterios y medidas que sustentan la interpretación. La metodología está especificada en un guía de trabajo donde están descritas desde la forma de su aplicación, hasta los requisitos y criterios para interpretación de sus resultados. Adquiere así un carácter eminentemente práctico y de aplicación a la realidad de cualquier destinación interesada en evaluar sus condiciones competitivas en un determinado contexto.

Sin embargo, la proposición, aunque imparta de un bien delimitado estado de la cuestión y de embasamiento teórico de referencia consistente para la elección de los criterios y dimensiones de análisis, concentra su foco en elementos competitivos de la oferta y de mercadeo. En otras palabras, la perspectiva y alcance del instrumento está enfocada en los componentes del marketing turístico, sin vincularse directamente a los condicionantes del desarrollo de la localidad, como puede ser la política y gestión del turismo local, y también sin profundizarse en los impactos más amplios de las actividades turísticas, ya sean positivos o negativos. En definitiva, la proposición no está desarrollada para evaluar competitividad en clave a sostenibilidad, aunque contemple atributos e indicadores fundamentales de la aproximación, más bien sirve para conocer el que hace una destinación para alcanzar una posición de liderazgo competitivo en un determinado entorno.

En lo que toca al alcance de sus resultados, la metodología ha sido puesta a prueba en la

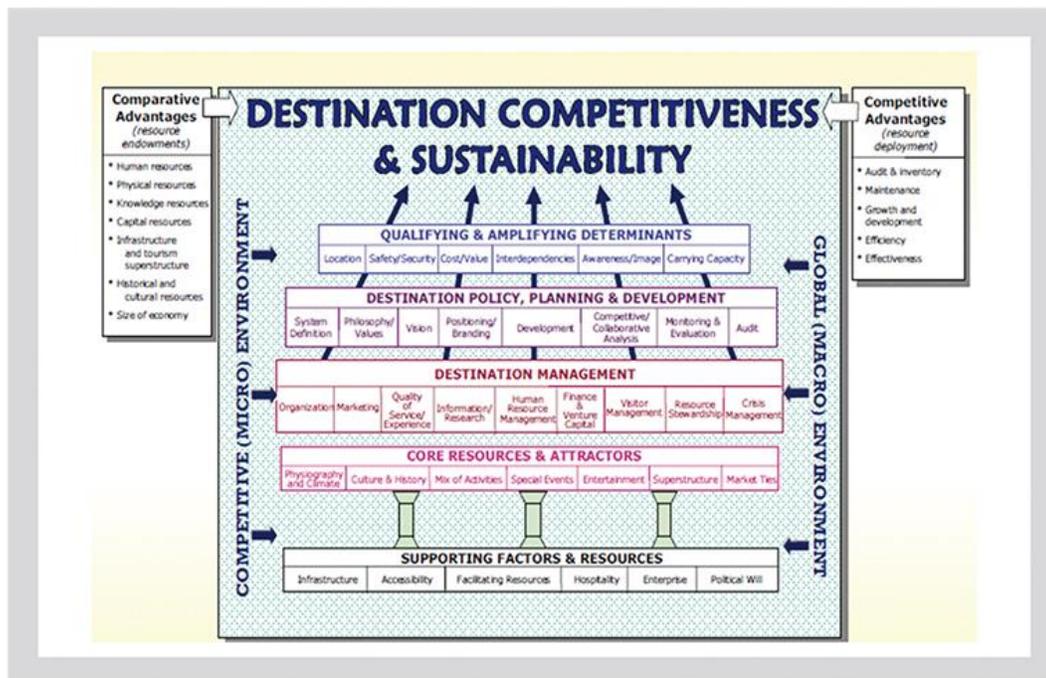
región que comprende la cuesta sur de Ontario, Canadá, más específicamente en la Bahía Georgian, una de las más populares destinos para las playas en el verano y para las estaciones de esquí en el invierno, combinando una significativa herencia cultural y de eventos.

Hay que considerar la etapa de desarrollo y los condicionantes del entorno competitivo en Canadá en donde sus destinos se encuentran en avanzada etapa de lucidez política en el tema turismo. La metodología supone un elevado grado de comprensión del turismo local por parte de los evaluadores, igualmente, de un sentido crítico desprovisto de apegos ideológicos.

De acuerdo con los autores, el teste confirmó la utilidad del modelo y su habilidad en identificar las fuerzas y debilidades de una región, dificultades en la gestión y toda una amplitud de aspectos que están presentes en cada una de sus dimensiones de análisis. Sobre todo, argumentan que la metodología debe ser comprendida como un instrumento que capacita a las destinos interesadas en impartir y efectuar por sí mismas una auto-evaluación de las condiciones actuales y futuras de competitividad en el contexto del turismo.

4.2.3. Modelo conceptual de competitividad y sostenibilidad para destinos turísticos – Ritchie y Crouch (2003).

El modelo presentado por Ritchie y Crouch es fruto de sus estudios e investigaciones en turismo a lo largo de la última década, motivados por el incremento en la competitividad en el mundo del turismo. Desde la primera presentación pública del modelo en 1993, los autores han promovido la continua revisión y adaptación de las variables que componen el modelo a los nuevos imperativos del entorno competitivo determinados por elementos socioculturales, económicos, antropológicos, tecnológicos, comportamentales, medioambientales, entre aquellos de mayor impacto (Crouch y Ritchie, 1999).



Ritchie and Crouch (2003)

Figura 1. Modelo representativo de Competitividad y Sostenibilidad para Destinos Turísticas

Fuente: Ritchie and Crouch, 2003.

En la evaluación de los autores, el cambio más significativo entre anteriores presentaciones del modelo y su interpretación actual está en que los factores *política turística* y *administración del destino* antes tratados en separado y de manera independiente, pero en el contexto de la competitividad actual se los consideran de mutua y estrecha interdependencia y se los interpretan como elementos responsables por la necesaria conexión entre el deseado – planos - y las acciones de que se ocupa a diario una destinación - programas. Para ellos, esta es una condición indispensable para que se engendre las condiciones bajo las cuales el turismo pueda desarrollarse de manera apropiada y sostenible. (Ritchie y Crouch, 2000 y 2003).

Como queda enseñado en su representación gráfica, el modelo de Destinos Competitivos y Sostenibilidad – DCS es casi exhaustivo en el apunte de dimensiones y atributos que completan

el que se comprende por sistema turístico y por las variables que condicionan su competitividad. Los principales factores de impacto están clasificados en cinco categorías de elementos estratégicos como se resume a continuación.

Tomando por referencia el significado de ventaja comparativa y ventaja competitiva en el contexto del turismo, el esquema alude a los *recursos innatos y atractivos esenciales* como elementos primarios de apelo de la destinación y que constituyen elementos clave para la motivación y persuasión de visitantes y para estudios prospectivos sobre demanda y mercadeo.

Para Crouch y Ritchie (1999, p. 147) estos recursos están distribuidos en otras subcategorías: clima y naturaleza, cultura e historia, etnia, actividades, eventos especiales y superestructura turística. En el juicio de los autores, el rango de actividades ofrecidas es un elemento crítico del apelo de una destinación y sobre el cual los gestores tienen extensiva influencia y control. Esto es un aspecto relevante para la tesis y será rescatado en el capítulo de proposición.

Importante aún la justificación cuando incluyen la categoría superestructura como uno de los factores primarios de atracción. Ellos argumentan que si por un lado es reconocido el hecho del visitante no elegir un destino solo por “cama y comida”, más bien por el apelo en clave a los atractivos que sostiene, por otro lado, mirando hacia ejemplos emblemáticos de destinaciones como Las Vegas y Miami en norte América, Dubai en Arabia; Barcelona y Paris en Europa, si percibe que, en conformidad con la calidad de estos recursos, pueden ser ellos mismos parte importante del apelo de atracción; o sea, los componentes de superestructura turística pueden ser proyectados de forma que sean ellos los propios factores primarios de atracción para los visitantes.

Una segunda grande categoría está clasificada en el modelo de Ritchie y Crouch (2003), como factores y recursos de soporte. Estos, como el nombre ya indica, están relacionados a los

elementos que posibilitan que las actividades y disfrute de los servicios turísticos se concrete, pues entre ellos están relacionados la infraestructura, servicios básicos y complementarios, accesibilidad y capacidad emprendedora y empresarial en la destinación.

Estas dos grandes categorías de factores primarios constituyen los pilares sobre los cuales se puede fundamentar el turismo en un determinado destino, pues sirven de “materia-prima” para la tercera grande categoría denominada por Ritchie y Crouch (2003, p.9), como ***administración del destino***. En ella están vinculadas la forma de organización de la destinación y los procesos de toma de decisiones sobre marketing y posición competitiva, recursos humanos y capacitación, investigación y desarrollo, captación de capital e inversiones, entre tantos que se le concierne. La misión de la administración es realzar el apelo originado en el rango de recursos primario y de soporte, fortalecer la calidad y la efectividad y por fin, adaptar los recursos de la destinación a los determinantes competitivos.

De acuerdo con lo antes comentado, en esta última versión del modelo, acrecientan una nueva categoría de factores relacionados a ***política, planeamiento y desarrollo del destino*** cuyos componentes refiéranse a las grandes orientaciones para el turismo, como puede ser la *filosofía, visión y directrices* para el *desarrollo*, el que resultará en decisiones sobre *posicionamiento* y nivel de *cooperación*, además de las necesarias medidas de *auditoria, monitoreo y evaluación* permanentes en cuanto al desempeño e impactos del turismo en la destinación.

Según la visión de los autores, una comprensión del significado de *política de turismo* requiere un análisis a través de tres dimensiones: la *estructura* de la política, que establece un esquema de interrelación dentro del cual los *contenidos* específicos pueden ser formulados; un *proceso sistemático* de formulación política que involucra los diferentes y complementarios grupos de interés en turismo. Este proceso es influenciado por la dinámica e interacción entre los actores y los factores del sistema, una vez que presupone una base mínima de consenso entre los agentes para que definan la estructura y contenido de esta misma política para el turismo de

una determinada destinación. Una conceptualización de estructura política del turismo más detallada está en Goeldner, Ritchie y McIntosh (2000).

Como quinta y última macro categoría de factores que integran al modelo conceptual de competitividad de RyC (1999 y 2003) están apuntados los *calificadores y potenciadores determinantes*. Algunos de estos factores están relacionados a la localización geográfica y capacidad de carga de la destinación y que caracterizase por ser involuntarios y en respecto a los cuales, a la gestión solamente cabe potenciar; a la vez, otros factores como la seguridad, la imagen, costo/valor y niveles de interdependencia entre destinaciones están condicionadas por estrategias definidas y manejadas por los gestores del turismo local en conjunto con los demás agentes y apostadores.

O sea, unos pocos factores determinantes no están pasibles de intervención estratégica por la administración local, en cuanto la mayoría de ellos pueden y deben ser tratados como elementos capaces de integrar las características propias del lugar con las implementadas en la destinación a causa de la intervención y organización política y administrativa y a fin de alcanzar niveles de calidad capaces de proyectar la destinación en la disputa por un lugar al sol.

Esto “lugar al sol” representa el entorno en el cual el turismo desarrollase, y que en el modelo está segmentado por un de nivel macro, en referencia a las variables incontrolables globales, como puede ser la tecnología, la economía, el medioambiente, las convenciones y diplomacias, la política, etc; y un de nivel micro, en referencia a variables del entorno más cercano entendido como aquello que caracteriza las condiciones competitivas de una destinación turística y es, en última instancia, el que diferencia una de las otras.

De acuerdo con los autores, “el modelo es conceptual; no es predictivo ni tampoco causal. Más bien, es una propuesta en sus primarias conjeturas. El modelo es relativamente abstracto en su formato actual y no permite aplicaciones o generalizaciones empíricas específicas. Está mejor

definido como una teoría o un tópico, en conformidad a la tipología de Neuman (1994, p.51, *apud Crouch y Ritchie, 1999, p.146*)”.

El mayor mérito del modelo es ser exhaustivo en el apunte de las dimensiones y factores implicados en el sistema turístico y en la interpretación del entorno y condicionantes de la competitividad para destinos en clave a la sostenibilidad. Para esta tesis, representa el marco teórico referencial más completo y mejor fundamentado en términos de madurez, profundidad y amplitud en la lectura del entorno y condiciones de impacto sobre el turismo como sector y sobre las actividades que de ello se originan y que deben ser observadas por aquellos que decidieren seguir sus rutas.

4.2.4. Elementos de la competitividad en destinos turísticos.

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo como actividad económica no se desarrolla de manera aislada, es decir, se da a partir de una interacción en territorios específicos denominados destinos turísticos. A estos territorios se les define como:

Un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en el día, tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión, imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Estos incorporan diversos grupos entre los que se encuentra a menudo la comunidad anfitriona y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores. (OMT, 2004 p 89). De allí que el sistema turístico, está compuesto por elementos heterogéneos vinculados entre sí y en constante dinamismo” (OMT, 2004 pp. 90).

Al estar conformado el sistema turístico por cuatro elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado, requiere acciones y estrategias que apunten al

desarrollo sostenible generando mayores beneficios a la comunidad local y mínimos impactos en el entorno natural. En ese sentido, la articulación entre los actores del sistema turístico alrededor de la gestión y planificación de la actividad más el compromiso con los principios de sostenibilidad aseguran el funcionamiento adecuado del sistema.

A partir de lo descrito anteriormente, se entrelaza en este aspecto un nuevo paradigma que surge desde los años ochenta denominados desarrollos locales. Esta institución define en el turismo el desarrollo como un proceso territorial y no funcional. Es decir, las políticas pueden ser más eficaces cuando las realizan los actores locales y no las administraciones centrales nacionales o regionales. En ese sentido, toma relevancia para la construcción social del territorio la teoría del desarrollo endógeno, esta plantea una argumentación que va más allá de la utilización eficiente de los recursos y del potencial del desarrollo, por lo que analiza los mecanismos que están detrás de la función de producción del desarrollo económico y que tienen que ver con la organización de la producción, la difusión de las innovaciones, la dinámica social y el desarrollo de las instituciones (Blanco, 1992 p. 45).

A continuación, se exponen antecedentes de investigaciones internacionales y locales que describen los procesos de construcción y diseño de estrategias para la planificación de la actividad turística con enfoque hacia el desarrollo local.

4.2.5. Destinos Turísticos competitivos: Ranking de los destinos turísticos más competitivos del mundo (canalis, 2015).

El Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2015 del Foro Económico Mundial sitúa a las economías avanzadas en los primeros lugares del ránking, aunque los países emergentes reducen diferencias.

Los primeros diez puestos están ocupados por destinos tradicionales, como España, Francia, Alemania, los Estados Unidos, el Reino Unido, Suiza, Australia, Italia Japón y Canadá.

Entre los mercados emergentes destacan Brasil (28 puesto) y México (30) en Latinoamérica, además de China (17) y Malaysia (25), que se encuentran entre los primeros 30 países.

Según informa el WorldEconomicForum, “el sector ya da trabajo a más de 6 millones de personas en América Latina, que en 2013 recibió a más de 80 millones de visitantes internacionales. Gran parte de este crecimiento procede de la propia región, pues el gasto en turismo ha aumentado casi un 40% desde 2010”.

El informe indica que varios países de América del Sur y América Central han logrado un mayor éxito al explotar el potencial de desarrollo de su sector de los viajes y el turismo.

La República Dominicana (7º puesto), Costa Rica (22º), Panamá (25º) y México (32º) se encuentran entre los 40 países que mayor prioridad conceden a los viajes y el turismo.

Sin embargo, el informe señala que se pueden obtener mayores beneficios económicos si se colman los déficits de infraestructuras, se garantiza la seguridad de los viajeros y se crea un entorno más favorable para las empresas.

4.3. Desarrollo turístico con un enfoque competitivo Internacional

Tal y como recoge la OMT, el número de turistas internacionales desde 1950 hasta 2002 mostró una tasa de crecimiento media anual del 6,6%, pasando de unos 25 millones de llegadas internacionales en 1950 a unos 700 en 2002. Sin embargo, este crecimiento ha sido desigual, pues mientras que regiones como Asia-Pacífico y Oriente Medio experimentaron tasas de crecimiento

superiores a la media, un 13% y 10% respectivamente, otras regiones, destinos turísticos tradicionales, experimentaron tasas de crecimiento inferiores, concretamente un 5,4% en América y un 6,3% en Europa, pues, entre otras razones, estas últimas partían de unos niveles de llegadas de turistas mucho más alto. Incluso en la última década (1990-2000).

Por otro lado, puede decirse, ratificando lo anterior, cómo son Europa y las Américas las regiones donde se localizan los principales destinos turísticos, pues entre ambas captaban en 1950 el 95% de la cuota total del mercado turístico, aunque en 2000 esa cifra bajó al 76%. A partir de estos porcentajes podemos contrastar la afirmación anterior, la cual hacía referencia a la desigual distribución geográfica de los destinos turísticos y al importante efecto que tiene la ventaja comparativa como teoría explicativa de la localización y desarrollo de actividades turísticas en determinados territorios. (Barroso y Florez, 2006)

Puede decirse que en el mapa del turismo internacional destacan tres grandes regiones turísticas receptoras tres cuencas marítimas que bordean los grandes mercados emisores de turistas, los cuales se encuentran en los países más desarrollados del hemisferio norte y cuentan con un clima y unos recursos naturales sol y playaideales para el disfrute del principal segmento turístico, el turismo de “sol y playa”. Este dato demuestra, una vez más, la importancia que han jugado factores tales como el clima, los recursos naturales y la cercanía a los principales centro emisores de turistas, en el desarrollo y éxito internacional de determinadas regiones turísticas. (Barroso Gonzalez y Florez Ruiz, 2006)

6. Metodología de trabajo

6.1. Tipo y Método de Investigación.

Esta investigación se realiza bajo la modalidad de una investigación descriptiva, analítica, tiene tres momentos, primero se describe el modelo de medición de la competitividad global; segundo, se establece una matriz de relación de los niveles de competitividad de las variables estratégicas y su relación con las variables comparativas encontradas en los recursos turístico en los municipios estudiados; finalmente, se diseña una propuesta para medir competitivamente los recursos turístico de los municipios de Tolú y Coveñas y su aplicabilidad en la gestión de la actividad turística. A continuación, se describen en la siguiente tabla:

Tabla 1.
Metodología de recolección de la información

Objetivos	Método de recolección de la información	Producto Esperado
Describir los elementos del modelo de medición de la competitividad global y de Dwyer y Kim	Revisión bibliográfica fuentes secundarias.	Descripción detallada del modelo de medición de la competitividad global y de Dwyer y Kim.
Establecer los niveles de competitividad según las variables estratégicas que componen el modelo de medición de la competitividad global y su relación con las variables comparativas encontradas en los recursos turístico en los municipios estudiado	Revisión bibliográfica fuentes secundaria	Cuadro análisis comparativo
Diseñar una propuesta para medir la competitividad de los recursos turísticos de los municipios de Tolú y Coveñas y su aplicabilidad en la gestión de la actividad turística.	Revisión bibliográfica fuentes secundaria	Propuesta de medición competitiva de los recursos turísticos de municipios de Tolú y Coveñas

Fuente: Grupo investigador, 2018.

6.2. Delimitación de la Información.

- **Espacial:** Esta investigación será realizada en los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas en el departamento de Sucre.
- **Temporal:** El periodo de investigación oscila entre los siete y nueve meses, y los datos de referencia tienen una antigüedad que no es menor a los diez años.

6.3. Población y Muestra.

El foco de estudio de este proyecto de investigación se ubica en los municipios Santiago de Tolú y Coveñas. En tal sentido, se puede decir que los recursos turísticos del municipio servirán de objeto para diseñar una propuesta de medición competitiva de los recursos turísticos de los municipios de Tolú y Coveñas. Las fuentes y técnica de recolección utilizados son:

- **Fuentes Secundarias:** Las fuentes secundarias utilizadas son las informaciones de los portales institucionales, empresariales del municipio y del departamento de Sucre, Así mismo, artículos de revistas especializadas, libros y noticias de la prensa local.

6.4. Fases

La propuesta requiere el desarrollo consecutivo de tres etapas, las cuales tiene acciones que termina con una propuesta para medir la competitividad. A continuación, se detallan dichas etapas:

Fase 1: Descripción del modelo de medición competitividad global

Se abordará mediante actividades orientadas a la revisión de fuentes secundarias sobre la información de los recursos turísticos.

- Revisión bibliográfica
- Sistematización de los documentos relacionados con el objeto de estudio
- Redacción del informe de estado actual de los recursos turísticos

Fase 2: Determinación de variables

Actividades

- Revisión planes desarrollo de los gobiernos de Santiago de tolú y Coveñas
- Análisis de las estrategias del sector público y los recursos naturales y culturales reportado en el inventario turístico del municipio
- Evaluación de los elementos de modelo de medición competitiva global y lo encontrado en a información sistematizada

Fase 3: Diseño de la propuesta medición competitividad para los municipios en estudio

Actividades

- Diseño del esquema propuesto para la medición de la competitividad global para ambos municipios
- Discreción del modelo propuesto

6.5. Resultados esperados

1. Elementos descritos del modelo de Dwyer y Kim
2. Matriz de análisis comparativo de los recursos turístico-encontrados en los municipios y las variables de competitividad descritos en el modelo de Dwyer y Kim
3. Propuesta de medición estructurada para la medición de la competitividad de los recursos turísticos de los municipios de Tolú y Coveñas.

6.6. Plan de Trabajo

Tabla 2. Cronograma

Actividades	Cronograma									
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10
Revisión de fuentes secundarias sobre la información de los recursos turísticos.	■	■								
Visita de exploración a la zona de indagación			■							
Desarrollo de entrevistas a los involucrados en los proyectos.			■							
Redacción del informe de estado actual de los recursos turísticos				■	■					
Entrevista a los involucrados directos de los procesos turísticos					■					
Diseño de estructura para la jerarquización de las variables						■				
Evaluación de las ponderaciones de las variables.						■				
Análisis de relaciones entre variables						■				
Diagramación de las relaciones entre variables							■			
Diseño de la escala de Likert							■			
Diseño del instrumento de medición								■		
Validación del instrumento del instrumento de medición.								■		
Determinación del tamaño de la muestra a aplicar los instrumentos								■		
Aplicación de las encuestas									■	
Tabulación de la información									■	
Análisis de la información recolectada									■	■
Generación de informe final									■	■

Fuente: Grupo investigador, 2018.

Capítulo 1: Marco referencial

7. Marco teórico

Este capítulo tiene como finalidad revisar teóricamente los principales enfoques de planificación territorial para la actividad turística y los aportes de autores al igual que los contenidos teóricos clave para comprender el desarrollo de la planificación turística desde un enfoque local para la competitividad

El marco teórico propuesto se aborda en tres partes: primero se presentan los enfoques para la planificación turística desde las diferentes concepciones y modelo de desarrollo, segundo, se exponen los aspectos contradictorios de la planificación y gestión competitiva del desarrollo desde la política local y tercero se estudian los conceptos competitividad y sostenibilidad turística.

7.1. Enfoques de la Planificación Turística

En planificación turística existen cuatro enfoques el desarrollista, el físico, el económico y el comunitario; el desarrollista se centra en una planificación fundamentada en la rentabilidad de la actividad turística, es decir, los fines solo están reflejados en el aumento y crecimiento de la actividad económica. El enfoque económico está muy ligado al enfoque desarrollista y se puede decir que son complementarios en la forma como tal planificación concibe el territorio.

El enfoque físico se orienta en mayor escala al ordenamiento de la actividad para tener una adecuada distribución del espacio y el enfoque social promueve un control local del desarrollo turístico en una escala de abajo hacia arriba y en definitiva su resultado está en la visión de conjunto sobre el territorio y la construcción de este (Osorio, 2006, pág. 12).

Dentro del enfoque desarrollista el modelo para la planificación integral propuesto por Molina (2005) establece algunas variables condicionadas al modo y nivel de vida del grupo humano y parte de una premisa en la cual el turismo es una manifestación del ocio y el tiempo libre y no una actividad turística, este modelo fue pionero en los estudios de planificación desde una perspectiva sectorial (Osorio, 2006, pág. 15).

El modelo de planificación de Hernández (2006) conocido como el modelo para el desarrollo turístico se enfoca en definir la planificación desde un nivel nacional desde una perspectiva económica, este modelo plantea aspectos relevantes como una imagen deseada para la visión prospectiva y una estrategia con herramienta fundamental para llegar a materializar la visión proyectada en la perspectiva (Osorio, 2006, pág. 18).

El modelo del enfoque económico le confiere la importancia a la actividad turística desde fines económicos otorgándole importancia a los conceptos de mercado, oferta, demanda, supeditando el desarrollo turístico al tipo de mercado al que se orienta y diseñando el producto turístico de acuerdo con el segmento de cliente, sus principales exponentes son Kaiser y Helber. (Osorio, 2006, pág. 18). Igualmente, el modelo de planeación turística y el modelo de planeación económica de turismo propuesta por Bote (Osorio, 2006, pág. 18) son modelos de enfoque desarrollista, pero con aportes metodológicos centrados en el rendimiento de la rentabilidad económica por parte de la actividad turística.

En el enfoque espacial físico, las planificaciones turísticas integran algunos elementos a partir de dos énfasis, el primero, arquitectónico ligado al enfoque económico su propósito es la construcción física de la infraestructura turística, su principal exponente es: Boullón con su modelo de planificación turística según la distribución espacial presentando dos zonas, las naturales y las urbanas. Asimismo, según Osorio (2006) el modelo de planificación de Pearce tiene como objeto la planificación territorial para las áreas estratégicas y puntos clave para la actividad turística citado en (Boullón, 2006. Pág.25)

El segundo énfasis se refiere a la sustentabilidad de la actividad turística y los esfuerzos por construir a la conservación del medio ambiente evitando la degradación ecológica y social de las poblaciones receptoras, es decir, la planificación turística actual se plantea como un instrumento útil para coordinar, organizar y gestionar la actividad turística bajo un esquema participativo de las comunidades locales.

Los modelos asociados a este énfasis son: Modelo PASOLP el cual establece el producto turístico como elementos claves para el análisis de la competencia, la conservación, la rentabilidad económica y el impacto social, es decir, se construyen relaciones entre las fuerzas económicas y sociales en la gestión de un territorio turístico a partir de una planificación conjunta desde la mirada del producto turístico (Osorio Garcia, 2006, citando aBoullón 2006 pp. 27).

El enfoque de planificación de los espacios turísticos de Vera (2005), punto de partida para el actual modelo de planificación nacional y regional de la OMT promueve un esquema de los procesos o etapas que se deben desarrollar en un proceso de planificación turística con énfasis en la sostenibilidad y sus tres dimensiones. Lo anterior es complementado por el modelo de planeación del turismo alternativo de Zamorano (1984) que al igual que Vera destaca el componente de ordenamiento territorial integrado al ser humano dentro de un contexto social, geográfico ambiental y cultural Vera y Zamora citado por Osorio Garcia, 2006, pp.20.)

El enfoque estratégico se desarrolla a partir de la incidencia de las organizaciones en la planificación y gestión al interior de su proceso desarrollo interno entre los que se encuentra su misión, visión, objetivos, metas y análisis del diagnóstico DOFA. En la actualidad, los planes sectoriales de turismo siguen el modelo planificación estratégica aplicada al turismo. Pero es quizás, el modelo de planificación estratégico de Acerenza (2002) es el que más se enfoca a la administración pública del orden nacional y este plantea la necesidad de diseñar la política pública para el turismo como un insumo básico para la planificación del sector (Acerenza citado por Osorio Garcia, 2006 pag 20.)

Por otra parte, de acuerdo con Ivars (2003) el modelo básico de la planificación turística analiza los factores internos y externos dentro del esquema metodológico para abordar el desarrollo turístico desde la definición de valores, cierre de brechas sociales, construcción de escenarios de proyecciones prospectivas y gestión de la actividad desde el enfoque local, todo ello sobre la dinámica del sistema turístico, citado en (Osorio, 2006, pág. 22)

7.2. La competitividad y la gestión del desarrollo desde la política

En el mundo después de la posguerra se difunde un nuevo discurso para legitimar el concepto de desarrollo este implicaba necesariamente la creación de un campo institucional ligado a la producción de formas de conocimiento y la organización de formas de poder como bien lo señala Escobar(1998):

La institucionalización del desarrollo ocurrió en todos los niveles, desde los organismos internacionales y las agencias de planeación nacional del Tercer Mundo hasta las agencias locales de desarrollo, los comités de desarrollo comunitario, las agencias voluntarias privadas y organismos no gubernamentales en aras de un nuevo mundo ese que agrupaba las naciones y los sectores productivos bajo la bandera de la competitividad (pág. 83).

Ferguson (1990) analiza de manera detallada el discurso del desarrollo desde un enfoque de competitivo y señala que el desarrollo competitivo basado en un modelo exógeno implementado a partir de los programas de asistencia productiva en países latino americanos patrocinado por el Banco Mundial debilita el papel del Estado, reestructura las relaciones sociales de las comunidades, profundiza la influencia de la economía occidental y la despolitiza de los problemas estructurales desde lo local, citado en ((Escobar , 1998, pág. 86)

Colombia cuenta con una oportunidad única en su larga historia. Sus abundantes recursos naturales pueden ser tremendamente productivos mediante la aplicación de técnicas modernas y prácticas eficientes. Su posición internacional favorable en cuanto a endeudamiento y comercio

lo capacita para obtener equipos y técnicas modernas del exterior a nivel del gobierno central se ha establecido organizaciones de apoyo para ayudar técnica y financieramente a las áreas subdesarrolladas. Todo lo que se necesita para iniciar un período de crecimiento rápido y difundido es un esfuerzo decidido de parte de los mismos colombianos. Al hacer un esfuerzo tal, Colombia no solo lograría su propia salvación, sino que al mismo tiempo daría un ejemplo inspirador a todas las demás áreas subdesarrolladas del mundo (Escobar, 1996, pág. 76)

Lo anterior resulta ser la evidencia más notable de dos aspectos contrarios, pero significativo, el primero tiene que ver con la convicción y la capacidad de intromisión de países con política globalizadora que intenta seguir imponiendo su modelo de desarrollo exógeno en contexto totalmente diferente y creer que solo existe una vía correcta para el desarrollo competitivo. La actividad turística no es ajena a esta disyuntiva en la que presenta el desarrollo exógeno y el desarrollo competitivo desde adentro, pues en la actualidad la planificación y la gestión competitiva del turismo no sigue el modelo de desarrollo de arriba hacia abajo, en donde la construcción desde lo local en ocasiones pierde relevancia dentro del planteamiento de cómo se debe concebir el desarrollo turístico en los municipios. Bien lo describe Ochoa(2016) “El actual modelo desarrollo turístico necesita la visión del gestor foráneo y el reconocimiento del turista internacional para llamar atractivo a un lugar, deslegitimando el valor que tiene para los locales su territorio y los saberes sobre el lugar” (Ochoa, 2016, pág. 23)

De seguir con el planteamiento anterior, propuesto desde el discurso institucional el tipo de desarrollo que planificaría el territorio tendría solo la visión exógena y corre el riesgo de convertir la cultura en folklore, las tradiciones orales y los saberes ancestrales en objetos canjeables por valor monetario, pasando por alto el significado y la esencia del pueblo. Por lo tanto, se impondría una realidad en la que parte del significado del desarrollo estaría enfocado al modelo de desarrollo occidental (Ochoa, 2016 citado en (Escobar , 1998, pág. 228) .

Hasta esta parte, se ha conceptualizado sobre los distintos enfoques del desarrollo para la planificación turística, al igual que los aspectos relevantes que diferencia la planificación y la gestión competitiva de la actividad turística desde el desarrollo exógeno. En ese sentido, es oportuno también determinar de manera teórica algunos elementos para pensarse la actividad turística desde un planteamiento endógeno, es decir, un desarrollo pensado desde adentro definido por las características del territorio, su cultura y el ecosistema. Por lo consiguiente, entender el proceso de desarrollo obliga a concebir también un proceso de aprendizaje y participación del ciudadano quien al vincularse al ejercicio de planificación local aporta a mejorar el desempeño económico, social y ambiental del territorio. De este modo, se trata de la búsqueda de mecanismos que permitan descentralizar el desarrollo y pensarlo desde el nativo.

Los modelos de planificación y gestión de la competitividad turística es la respuesta a la tendencia del mundo industrializado en el que la estandarización y homogenización de la experiencia turística se replica en masa. Lo anterior, es el efecto de la estrategia para alcanzar el progreso mediante la masificación de la producción, esta forma de abordar el desarrollo es particular de siglo xx, bien lo plantea Escobar (2015) “Para los países industrializados el desarrollo no es un camino es un adjetivo por lo tanto, el turismo necesitaba llamarse industria para ser una alternativa de progreso”(pág. 23).

7.3. Modelo de Crouch y Ritchie.

En contraste con lo anterior, los autores de este modelo relacionan los conceptos de competitividad y sostenibilidad de un destino a partir de un axioma principal en el que “la competitividad es ilusoria sin sostenibilidad” (Ritchie y Crouch, 1999, pp. 23) sin embargo, para que pueda mantenerse la actividad turística con criterios de sostenibilidad debe estar implícito en la planificación y gestión del destino, la comunidad local. A esto se refieren los autores cuando señalan que: “la competitividad es efímera sin sostenibilidad y más en el largo plazo” (Ritchie y Crouch, 1999, pp. 23). Desde este enfoque, el aporte que los autores le hacen al desarrollo de la

actividad turística se complementa con la idea de definir indicadores que midan el impacto de la gestión turística diferente a los actuales, los cuales se rigen más por indicadores de competitividad propios de un modelo desarrollo exógeno.

En términos de integración de los actores del destino evidencia fortalezas y debilidades sobre todo al momento de competir en entornos macro y micro y señala lo siguiente:

Para entender la competitividad de un destino en el largo plazo es apropiado considerar dos elementos la ventaja comparativa (recursos endógenos) recursos del destino (recursos humanos, recursos físicos, conocimiento de los recursos, disponibilidad de capital, infraestructura turística, recursos históricos y culturales y tamaño de la economía) y la ventaja competitiva (recursos desplegados) de capacidad de utilizar esos recursos de manera eficaz a largo plazo (auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo y eficiencia y eficacia). (Ritchie y Crouch, 1999, 25)

Aunque lo anterior resulta ser una verdad relativa, la debilidad del modelo se evidencia en la desarticulación entre los factores de soporte y recursos y los factores de atracción y dirección del destino pues no están integrados dentro del sistema como un todo; en ese sentido, se desconocen las complejidades del enfoque sistémico del turismo dejando de lado las relaciones de los elementos que conforman el sistema.

En la actualidad los postulados teóricos de Crouch y Ritchi son considerados la obra más importante en el análisis de la competitividad asociado al desarrollo de destinos turísticos. Sin embargo, desde una visión desde el desarrollo local hay que decir que todavía le quedan ciertos aspectos por mejorar por ejemplo: debería integrar los factores según su importancia para establecer niveles de interacción entre los distintos actores que se encuentra en el destino con el fin de desarrollar la capacidad de resiliencia frente a los cambios del exterior que afectan al destino que en la mayoría de los casos también resulta ser sistemas complejos y están

relacionados con el sistema político administrativo, el sistema educativo, los valores culturales de la comunidad, por efecto de la globalización.

Las características de los sistemas complejos plantean retos a la planificación de un destino, que en el modelo de Crouch y Ritchie no identifican pues el modelo se centra en la competitividad del destino solo a partir de los ventajas que ofrece el entorno global es decir, en el mercado y entorno competitivo de desarrollo exógeno, no obstante, los autores no visionaron las tendencia del siglo XXI y la nueva concepción del turismo a nivel mundial dejando sin incluir las preferencias del turista global quien al momento de elegir un destino para visitar, su mayor motivación son los atributos locales que tiene lugar en el territorio y las relaciones que se entretejen a partir de las redes colaborativas y cooperativas entre las comunidades humana y la naturaleza como bien lo menciona Ochoa (2016) “ni una cascada, ni un hotel, son las causales única de la visita, sino el conjunto de relaciones y la valoración social de ese lugar la motivación de la visita” (pág. 72).

A pesar de que el modelo es explicativo, adolece de ciertos mecanismos de control y seguimiento que pueda registrar el comportamiento y los avances en la planificación y la gestión del territorio. Entendido que el turismo es un hecho social complejo el cual debe ser medible a través de indicadores adaptados al contexto local, sin embargo, debe estar ajustado a las necesidades del turista si dejar de lado el ecosistema, la cultura y la conservación del recurso que hizo posible ese producto turístico.

Lo destacable de este modelo es el aporte de los factores claves para considerar el territorio una categoría de análisis, el cual permitiría comprender los procesos complejos tanto en el ámbito físico, espacial, histórico, social y ambiental, simbólico y cultural.

A continuación, se presenta los factores que conforman el modelo de la Competitividad para destinos turísticos de Crouch y Ritchie:

1. Recursos y atractivos

Este factor está representado por los elementos primarios de atracción del destino, es decir, los principales elementos de motivación que tienen los turistas para visitar un destino turístico determinado: la fisiografía y clima, la historia y la cultura, los lazos con el mercado, las actividades ofrecidas, los eventos especiales, los espectáculos y la superestructura. (Ritchie y Crouch, 2003, 67).

2. Factores y recursos complementarios

Aunque los factores del grupo anterior son los elementos primarios que impulsan al turista a elegir un destino turístico, existe otro factor complementario y depende del grado de desarrollo de la industria turística reflejado en el nivel de consolidación del destino y la mejora de la calidad de vida de la población local, así como también la puesta en valor de los recursos y atractivos. Esos factores complementarios se relacionan con la infraestructura, calidad del servicio, seguridad, abastecimiento de agua, sistema legal de sanidad, inversión, innovación, cooperación, accesibilidad y coordinación entre líderes de sector público y empresarios privados.

3. Política de planificación y desarrollo del destino

Este factor apunta al proceso de gestión en el desarrollo del destino turístico y los objetivos económicos, sociales y ambientales con el fin de fortalecer la estructura institucional y las competencias de las entidades del sector al momento de aplicar la política turística. Igualmente, articula a partir de la filosofía de desarrollo turístico a todos los agentes del destino permitiendo crear una imagen global del destino.

4. Dirección del destino

Este factor es el encargado de colocar en funcionamiento la política turística, los objetivos, instituciones, y los roles a partir de las competencias de cada actor (Ritchie y Crouch , 2003, pp. 77) Las actividades que son características de la dirección del destino son: marketing, prestación de los servicios, información e investigación, organización, instituciones financieras, gestión de los flujos turísticos, gestión de las crisis y mantenimiento de los recursos.

5. Determinantes limitadores y amplificadores de la competitividad

Finalmente, el potencial competitivo de un destino turístico está condicionado por el número de factores que se encuentran expuestos y fuera del control o influencia del sector turístico (Ritchie y Crouch , 2003, págs. 75-77) estos se relacionan con la localización del destino turístico, la competitividad, la seguridad, el conocimiento, el precio y la capacidad del destino.

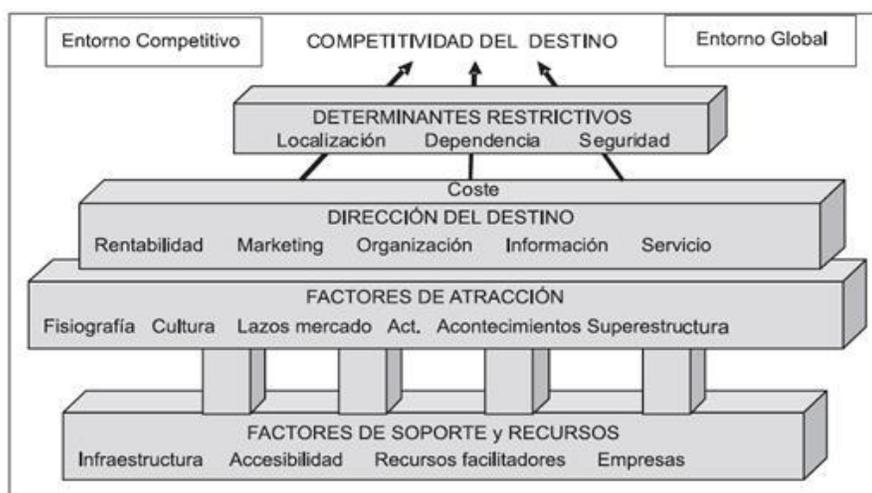


Figura 2. Modelo conceptual de la competitividad de Crouch y Ritchie

Fuente: Turismo, Competitividad y Sociedad Próspera (2003).

7.4. Modelo de Competitividad Turística. World Travel and Tourism Council.

Otro modelo de competitividad en destinos turísticos es el monitor de Competitividad del “WorldTravel and Tourism Council” y el “Índice de Competitividad Turística”. Este modelo ha desarrollado para el turismo la construcción de indicadores de referencia entre países. Es decir, permite evaluar el grado de competitividad de más de 200 países, fue puesto en práctica en el 2001 a partir de 65 indicadores de competitividad turística que se resumen en ocho grandes grupos (Rivero, Pulido y Sánchez, 2009, pp. 122)

Esta metodología se sintetiza en dos etapas. Primero, se seleccionan 23 indicadores: competitividad de precios, factor humano, desarrollo infraestructuras medio ambiente, desarrollo tecnológico, recursos humanos, apertura turística, desarrollo social y se normalizan según la técnica adoptada por las Naciones Unidas. La segunda etapa, “se calcula un índice agregado para cada uno de los ocho grupos, que se obtiene como media aritmética de los índices normalizados”(Cabria, 2004, pág. 17) a partir de la metodología del monitor de competitividad según este autor se elabora “un indicador sintético de competitividad, obteniendo una media ponderada de cada uno de los ocho indicadores compuestos, donde los pesos se han obtenido utilizando técnicas de análisis factorial” (pág. 17)

Este modelo es la evidencia clara de un modelo de planificación con intervención exógena en el que la homogenización y la estandarización de la actividad turística partes de los indicadores para competitividad en que en todos los países miden lo mismo y tienen igual peso en el desarrollo competitivo, nada más alejado de la realidad pues inclusive en un mismo país es casi utópico comparar con un mismo indicador el comportamiento competitivo de las regiones con respecto a nivel de gestión de la actividad turística pues existe diferencia significativa entre los distintos procesos de planificación. Al final de este capítulo es preciso aclarar que los autores de los modelos analizados están condicionados e influenciados por presiones externas al propio sistema y participan en entornos altamente competitivos desde el enfoque occidental, por lo tanto,

sus planteamientos son el resultado de postulados que defienden intereses económicos, políticos, legales.

En la actualidad el sector turístico a nivel mundial se considera como una de las principales fuentes de ingreso, dado que genera competitividad y grandes aportes al producto interno bruto (PIB) de los países que han apostado a esta industria. Dado que un sector transversal a todos los sectores del desarrollo económico y social. En ese sentido, el turismo en Colombia ha tomado un gran auge, siendo valorado por los últimos gobiernos nacionales como un motor generador de ingresos y proyección positiva de la imagen de nuestro país, motivando al inversionista privado a invertir en infraestructura turística y organizar adecuadamente la multiplicidad de destinos turísticos, ampliando el producto de sol y playa a otras formas de turismo como el de naturaleza, el religioso, el étnico, el agroturismo y el cultural, derivado del gigantesco patrimonio con que cuenta la nación. (Plan estratégico de turismo de Sucre, 2011).

El sector turístico en el departamento de Sucre cuenta con diferentes facetas como lo son el turismo religioso, el agro ecoturismo, acuaturismo, siendo la mayor fortaleza el turismo de sol y playa y en la diversidad folclórica y cultural. Sucre cuenta con ecosistemas atractivos para ser promocionados alternamente para el ecoturismo, para lo cual se hace necesario crear las condiciones propicias para la inversión nacional y/o extranjera, de manera que puedan ser promocionados y explotados adecuadamente.

7.5. La competitividad turística

El primer modelo (Ritchie y Crouch, 2000) de medición de la competitividad en el área del turismo tiene en cuenta a los atractivos, considerados fundamentales para motivar el desplazamiento de los turistas, están integrados por la fisiografía y el clima, la cultura e historia, los eventos especiales, la mezcla de actividades y el entretenimiento. En este nivel también incorpora la superestructura; Los recursos y factores de apoyo que incluyen la infraestructura, la

accesibilidad, el alojamiento y otros servicios suministrados por empresas; La gestión del destino manifiesta en actividades de mercadotecnia, manejo de visitantes, gestión de recursos humanos, manejo de crisis, creación y sostenimiento de sistemas de calidad en el servicio, capacidad organizativa, financiación, información e investigación y cuidado de los recursos; La política, planeación y desarrollo que define el concepto y las directrices del destino, el posicionamiento y desarrollo, y el sistema de seguimiento y evaluación. A todo ello se agrega el análisis competitivo y colaborativo; Asimismo, situados en la cima de todas las plataformas se observan los determinantes, condicionantes y amplificadores referidos a aquellos factores que influyen a favor o en contra en la decisión del viaje. En este grupo se encuentra la ubicación geográfica, la seguridad, las interdependencias, la imagen y la relación valor/costo. (Baños y Jiménez, 2012)

De igual manera (Baños & Jiménez, 2012) referencian el modelo desarrollado por DWYER y KIM (2003) El modelo se compone de tres grandes grupos de factores: uno corresponde a los recursos, otro al entorno, la gestión y las condiciones de la demanda y uno más, es la síntesis de la competitividad del destino. Su contenido es el siguiente:

Según Sánchez (2015) El Índice de Competitividad de Turístico (TTCI) se puede entender como "el conjunto de factores y políticas que permitan el desarrollo sostenible del sector de Viajes y Turismo, y que, a su vez, contribuya al desarrollo y la competitividad de un país". Proporciona una herramienta estratégica para los negocios y los gobiernos, a los que les permite la comparación de la competitividad del sector entre países, para la evaluación comparativa de políticas de los países en progreso y para la toma de decisiones de inversión y el desarrollo de la industria.

Garau (2007) explica los cuatro grupos de factores que influyen en la competitividad del destino: recursos centrales o atractores (paisaje, clima, alojamiento, etcétera); factores y recursos de apoyo, que proveen un efecto secundario en el destino (transporte, locales, red de agua potable, instituciones financieras, etc.); gestión del destino, entendida como las actividades que

refuerzan su atracción y mejoran su calidad (marketing, calidad de los servicios ofrecidos, organización y gestión de recursos, etc.), y determinantes calificativos como elementos que mitigan el impacto de los factores de los tres grupos previos (localización, seguridad en el destino, costo de bienes y servicios turísticos, etc.).

Para el presente estudio se tiene como base la Propuesta de línea base de indicadores de competitividad turística para la región Caribe de (Díaz-Solano y Marquez, 2016) A partir de los principales referentes conceptuales para la medición del desempeño turístico, se determina el análisis de la competitividad turística para la Región Caribe colombiana, con base en la identificación y potencialización de la cadena de valor del turismo, generando tres grupos de análisis que contienen los factores clave para impulsar la competitividad del sector en la región.

El primer grupo de análisis está conformado por los recursos y actividades de apoyo para la generación de valor al turista. En este grupo incluye la infraestructura general para el turismo, la gestión del destino, las políticas y planeación del turismo y factores de apoyo y condicionantes. El segundo grupo incorpora los recursos y actividades primarias que transfieren, directamente, valor agregado al turista. En este grupo se encuentran, por una parte, la medición de recursos básicos y atractivos claves y en segundo lugar los servicios turísticos ofrecidos.

Como resultado del modelo de la cadena del valor del turismo se propone la medición de un tercer grupo de análisis compuesto por todos los indicadores relacionados con la demanda turística, entendida como el efecto esperado en el que se traducen los esfuerzos realizados en los otros grupos de factores propuestos. Esta propuesta confiere una visión sistémica para el análisis del desempeño turístico, lo cual implica la medición de varios tipos de factores que actúan como ejes temáticos, y cuyas interrelaciones son clave para la determinación de la competitividad del sector.

Modelo de competitividad de Porter: Porter, M. (1990) afirma que la posición competitiva de las empresas está influenciada por el entorno del sector al que pertenecen, que generalmente se encuentra condicionado por los siguientes elementos:

1. Condiciones de los factores productivos.
2. Condiciones de la demanda.
3. Características de las industrias conexas.
4. Estrategias de las empresas, características relativas a la estructura del sector y al grado de rivalidad existente.

“Estos factores constituyen las cuatro áreas clave de actuación para mejorar la competitividad de una zona turística”. (Introducción al Turismo, OMT, 1998. Pp. 208).

Factores productivos en el modelo de competitividad de Porter en el turismo:

El éxito de un sector determinado depende de un amplio abanico de factores productivos como la existencia de recursos humanos cualificados, la tecnología disponible, las características desarrolladas en el proceso de entrega del servicio, las condiciones geográficas y medio ambientales, la localización, el papel jugado por el sector público, el capital financiero disponible, etc. (Sancho, OMT, 1998. Pp. 208).

Según el Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia (Estudio de Competitividad del Sector Turismo, 2006. Tomo I, Pp. 69), los **Factores básicos** tienen que ver con la infraestructura hotelera, de servicios públicos, vías, puertos, aeropuertos, comunicaciones y conectividad. Los **Factores avanzados** son los recursos humanos, su nivel de formación, recursos tecnológicos, empresas, organizaciones y gremios.

1. Condiciones de la demanda en el modelo de competitividad de Porter en el turismo:

“Las características propias de la demanda en cada país o región determinan el comportamiento empresarial y las estrategias que se han de seguir en cada caso. Así, por ejemplo, el grado de sofisticación de la demanda en un país determinado influirá en el sector empresarial a la hora de responder a las exigencias de la misma. La segmentación, es por tanto, una herramienta fundamental para crear ventajas competitivas e identificar los cambios que se vayan produciendo en las expectativas de los consumidores”. (Sancho, OMT, 1998. Pp. 208).

“Las características de la demanda actual del cluster son determinantes en la competitividad del mismo”. (Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia, Estudio de Competitividad del Sector Turismo. 2006. Tomo I, Pp. 70).

2. Características de las industrias conexas en el modelo de competitividad de Porter en el turismo:

“La presencia o ausencia de un tejido de industrias conexas, en sentido horizontal (se habla, entonces, de complementariedad) o en sentido vertical (cuando existen proveedores), determinarán el grado de desarrollo de un sector específico. El acceso a cierta tecnología, por ejemplo, facilita el intercambio de ideas e información entre dichas empresas, así como también la innovación del sector” (Sancho, OMT, 1998. Pp. 208).

El Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia en el Estudio de Competitividad del Sector Turismo (2006. Tomo I, Pp. 70) afirma que es “el producto final que se presenta en un ‘paquete’ de servicios que requiere una gran cadena en la que intervienen distintos actores, que a su vez tienen su propia cadena de suministros”.

3. Estrategias de las empresas, características relativas a la estructura del sector y al grado de rivalidad existentes en el modelo de competitividad de Porter en el turismo:

“Estos factores determinarán la organización y formas de gestión de las empresas, por lo que influirán en el ritmo de desarrollo de un sector determinado. Estos factores constituyen las cuatro áreas clave de actuación para mejorar la competitividad de una zona turística”. (Sancho, OMT, 1998. Pp. 209).

Según el Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia, en el Estudio de Competitividad del Sector Turismo (2006. Tomo I, Pp. 71) “la estrategia del sector se desarrolla por lo común más a nivel de unidad de negocio que en términos regionales y nacionales”.

La OMT (Organización Mundial del Turismo, agencia de la ONU) define al turismo como el “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.

El turismo presenta elementos característicos en los que se puede señalar un gasto de ingreso en un lugar diferente a aquel en el cual se generó, y un desplazamiento temporal fuera de la zona habitual de residencia (Figuerola, 1992 citado en Galvis y Aguilera 1999). Algunos autores consideran al turismo como un producto especial en el que los consumidores deben acudir físicamente al lugar de producción para adquirir el producto, y en el que el viaje es parte del propio producto.

El turismo ha experimentado un cambio vertiginoso a nivel global, tanto por su importancia para la economía Internacional como por sus efectos de generación de empleo,

mejoramiento de la calidad de vida de la población, diversificación de la actividad, además del aporte al desarrollo cultural, la conservación del medio ambiente y del patrimonio particular de cada localidad.

Es una industria en consolidación. Se estima que en 2020 las llegadas internacionales llegarán a 1500 millones en el orbe (OMT, 2007). Según el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo.

En un ámbito competitivo, caracterizado por la globalización de la oferta y demanda turística y la internacionalización de la empresa turística, la calidad empresarial es uno de los principales retos que debe afrontar el sector turístico. En concordancia con ello, y de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la política turística de Colombia tiene como objetivo mejorar la competitividad de los destinos y los productos, e incrementar la participación de la comunidad en la prestación de los servicios turísticos. Dicha política busca que la población perciba aumento de sus ingresos y contribuya a la generación de riqueza, a su vez que se logra una distribución más equitativa y un aumento en la calidad de vida de los residentes.

Las regiones de Colombia aún no han alcanzado un desarrollo importante en el sector turístico. Una de las más conocidas infraestructuras turísticas se encuentra en el Caribe, ubicando a Cartagena de Indias como una de las ciudades más visitadas del país; pero en el transcurso de los años muchos destinos turísticos han trabajado para fortalecerse, de los cuales destacamos: Magdalena, la Zona Cafetera, Santander, la Guajira, las tres ciudades principales de Colombia que son Bogotá, Cali y Medellín, la costa Pacífica, el Amazonas, y un sinnúmero de lugares que están esperando a los turistas para ofrecerles un destino maravilloso, lleno de sorpresas y hospitalidad. Además, en los últimos años Colombia se ha comprometido a invertir en los programas y

políticas económicas que sean necesarias para crear una atmósfera que conduzca a la inversión local y extranjera.

Se han perfilado incentivos y concesiones especiales para la inversión en infraestructura para servicios turísticos tal como lo plasma la ley 788 de 2002. Así mismo el Congreso de la República en el 2006 decretó la ley 1101 que modifica la ley 300 (conocida como Ley general del Turismo) y que pretende potencializar aún más el sector turístico nacional gracias al ingreso de nuevos recursos destinados a la competitividad, el mercadeo y la promoción de Colombia como destino turístico, tanto a nivel doméstico como internacional, mediante la ampliación de la base de contribuyentes responsables del pago de la contribución parafiscal destinada a la promoción del sector, y mediante la creación de un impuesto que se cobrará a los visitantes extranjeros se pasará de \$2 millones a \$10 millones de dólares en recaudos que posteriormente serán reinvertidos en el sector turismo.

Entre los términos conceptuales más utilizados en el tema de Turismo se encuentran los siguientes:

Oferta turística: “Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje) y tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (hoteles, restaurantes, recreación, etc.) ofrecidos efectivamente al turista”. (Jiménez, 1986. Citado por: Valencia Caro, 1995)

Sancho, (1998) define la oferta turística como “un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

Bienes culturales intangibles: “Aquellos que no tienen sustentación material sino que corresponden a las manifestaciones que sólo la tradición mantiene vivas, como las costumbres, los rituales, el folklore, las danzas, etc.” (Diccionario básico de turismo, 1995. Pp. 26).

Bienes culturales tangibles: “Aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales como la arquitectura, la cerámica, la orfebrería, etc.” (Diccionario básico de turismo, 1995. Pp. 26).

Servicios turísticos: “Conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”. (Martínez, 2009).

Según el Diccionario básico de turismo (1995), el servicio turístico es el conjunto de realizaciones, hechos y actividades tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista.

Bienes turísticos: “Son los atractivos turísticos o recursos turísticos, la materia prima del turismo y se clasifican en naturales y creados”. (Diccionario básico de turismo, 1995. Pp. 26).

Clasificación de los bienes y atractivos: Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2010), a través de su metodología para la elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos:

La región debe evaluar objetivamente los recursos y atractivos susceptibles de uso turístico, los cuales se clasifican en dos grupos: patrimonio cultural y sitios naturales.

a) **Patrimonio Cultural:** Conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano.

- **Patrimonio Material:** se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente. Está constituido por el territorio geográfico con sus recursos ambientales y naturales como hábitat humano; los hechos construidos, las manifestaciones físicas de la estructura productora y de los procesos de poblamiento; los sistemas de transporte y las obras de infraestructura como vías, caminos y puentes, entre otros; y todo el universo de herramientas, utensilios, máquinas y demás objetos que apoyan la vida productiva y cotidiana de los seres humanos. Agrupa dos grandes áreas, la inmueble y la mueble.

- **Patrimonio Inmaterial:** Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la naturaleza y el universo; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente. Estas manifestaciones pueden agruparse bajo la denominación de folklore (entendido como la sabiduría del pueblo) y deben ajustarse a ciertas características, como lo son: la colectividad, tradición, anonimato, espontaneidad y popularidad.

- **Festividades y eventos:** Son atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora.

- **Grupos de especial interés:** Constituidos por comunidades indígenas, comunidades negras y comunidades raizales, en las cuales se valora el respeto por sus costumbres como una forma de conservación auténtica de su legado cultural.

b) **Sitios Naturales:** Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo.

Prestador de servicios turísticos: “Se califica como prestador de servicios turísticos a toda persona, natural o jurídica, que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o

indirectamente con el turista, la prestación de servicios turísticos”. (Ariba, 1994. Citado por: Valencia J. Diccionario básico de turismo, 1995. Pp. 61).

Categorización de los servicios turísticos: Según el Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia (1998), los servicios turísticos se categorizan de la siguiente forma: alojamiento, alimentos y bebidas, esparcimiento y diversión: servicios complementarios, Otros servicios.

Producto turístico: “El producto turístico es un compendio indisoluble de bienes y servicios, en el que interactúan elementos materiales (instalaciones, maquinarias, etc.), con personas (ya sean empleados o prestatarios del servicio como el propio cliente) y donde factores como la ubicación, imagen, etc., juegan un papel, en ocasiones, determinante en la elección. Efectivamente, en la mayor parte de las ocasiones, el producto turístico no está exclusivamente configurado por el establecimiento donde se lleva a cabo la prestación, sino que el entorno forma parte del propio producto que, normalmente, gira en torno a uno o varios recursos turísticos”. (Sancho, 1998. Pp. 293).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en su Plan Sectorial de Turismo 2011 - 2014 (2010, pp. 12), establece que los productos turísticos hacia los cuales Colombia dirigirá sus esfuerzos de oferta son: turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, náutico, de congresos, eventos e incentivos, y de salud y bienestar.

Jiménez (1986) citado por Valencia (1995, pp. 63), dice que “es un producto compuesto generalmente por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que, a efectos de consumo por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas”.

Demanda turística: “Número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual” (Mathieson y Wall, 1990 citada por Sancho 1998, pp. 62).

Turistas, viajeros y visitantes: Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término se encuentra un grupo heterogéneo de personas. La OMT (1995), por su parte, distingue entre el concepto amplio de viajero: “Cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual” y el de visitante: “Todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo”.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (Conceptos fundamentales del Turismo. 2004, pp. 6):

No todos los viajeros pueden ser cuantificados en el sistema estadístico de turismo. Los viajeros no cuantificados en las estadísticas turísticas son:

- Trabajadores fronterizos.
- Inmigrantes temporales.
- Inmigrantes permanentes.
- Nómadas.
- Pasajeros en tránsito (que no abandonan el área de tránsito del aeropuerto o puerto, incluido el traslado entre aeropuertos o puertos).
- Refugiados.
- Miembros de las fuerzas armadas.
- Diplomáticos.
- Representantes consulares (cuando se desplazan de sus países de origen hacia los países donde realizarán sus funciones, se incluye a sus empleados y acompañantes).

Los viajeros cuantificados en las estadísticas turísticas se denominan “visitantes” y se dividen en:

1. Visitante que pernocta o turista: Es el que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o destino visitado. Dentro de este tipo de visitantes tenemos:

- No residentes, es decir, extranjeros.
- Miembros de la tripulación de barcos o aviones extranjeros en reparación o que hacen escala en el país y que utilizan los medios de alojamiento del país (no residentes).
- Nacionales residentes en el extranjero.

2. Visitante del día o excursionista: Es el que no pernocta en un alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en crucero, es decir, a los que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a éste para pernoctar. El crucero puede permanecer en el puerto varios días. Están comprendidos en este grupo, por extensión, los propietarios o pasajeros de yates y los pasajeros alojados en tren. Este tipo de visitantes se clasifica en:

- Pasajeros en crucero.
- Tripulación no residente en el país visitado y que permanece en él durante el día.
- Visitantes del día.

Turista para efectos de definición: Según la Corporación Nacional de Turismo de Colombia (Diccionario de Turismo. 1995, pp. 79), Turista es “toda persona que se desplaza libre y temporalmente de su domicilio utilizando bienes y servicios de la planta turística para la realización de actos de consumo turístico”.

Turista para efectos aduaneros: La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, definió al turista en 1994, como “Aquellos viajeros que, no siendo residentes en Colombia, llegan al país para una permanencia temporal, a la espera de continuar su viaje al exterior”.

Turista para efectos estadísticos: (OMT, 1992): “Es todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no superior a un año y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado”.

Sector público turístico: (OMT, 1998. Pp. 163). “Establece condiciones adecuadas para que el sector privado pueda desarrollar su actividad (...) Cuanto mayor es la importancia del sector turístico para una economía, mayor es el grado de intervención pública”.

Sector privado turístico: Constituido por empresas (micro, pequeñas y medianas) prestadoras de servicios turísticos, complementarios o de apoyo, y sus organizaciones gremiales.

Sector solidario turístico: Constituido por personas que ofrecen servicios turísticos o de apoyo de manera comunitaria, agrupados en organizaciones de naturaleza solidaria.

Comunidad residente: Constituida por las personas que viven en el destino, sean nativos o no, que resultan afectados por los impactos socioculturales de la actividad turística.

Políticas: “Camino que asume el Estado para conducir las acciones y conductas sociales y económicas en un determinado campo”. (Diccionario de Turismo, Corporación Nacional de Turismo. 1995. Pp. 60).

Política Pública: “La política pública es el conjunto de sucesivas respuestas del Estado frente a situaciones consideradas socialmente como problemáticas”. (Salazar, 1995. Pp. 30).

Política Turística: “Acción del Estado integrada por una serie de normas orgánicas, esfuerzos, tendencias y disposiciones destinadas a indicar, regular, fomentar y proteger la actividad turística en conjunción con el sector privado”. (Toro, 2006. Pp. 1).

Planificación Turística: “Conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad hacia unos fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social”. (Valencia, CNT, 1995. Pp. 59).

Plan Sectorial de Turismo: “Documento guía que contiene elementos para fortalecer la competitividad del sector, de tal forma que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental” (Ley 300 de 1996).

Leyes: Preceptos dictados por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados.

Ordenanza: “Acto administrativo expedido por las Asambleas Departamentales”. (Valencia. CNT, 1995. Pp. 55).

Acuerdos: “Determinaciones que se toman por una colectividad o pluralidad de asistentes a una determinada reunión. Acto administrativo del Concejo municipal”. (Salazar, 1987), citado por Valencia (CNT, 1995. Pp. 16).

Decretos: “Actos administrativos del Estado, preferentemente para transmitir órdenes”. (Salazar, 1987), citado por Valencia (CNT, 1995. Pp. 35).

Capítulo 2: Modelo Dwyer y Kim

8. Descripción de los elementos del modelo para la medición de la competitividad global de Dwyer y Kim.

En este capítulo se presentan las relaciones de los elementos que integra el modelo de medición de la competitividad global de Dwyer y Kim y los criterios que los autores propone una versión articulado del modelo de Crouch y Ritchie y la integración a un modelo de destino turístico competitivo manteniendo la doble tipología. En decir, plantea una relación de continua y especificado de los recursos básicos que hacen parte de un destino clasificándolo en dos tipos de recursos: recursos creados y recursos heredados.

Por otra parte, se analiza también la unidireccionalidad que describen los autores entre los factores de soporte y los recursos, puesto que consideran que la existencia de recursos sin el apoyo de infraestructuras turísticas, entretenimiento, comercio, etc., no puede generar visitas (Dwyer y Kim, 2003:379)

8.1. Modelo Integrado de la Competitividad del Destino Turístico de Dwyer y Kim.

El modelo integrado de la competitividad de destinos turísticos es considerado como uno de los más completos, sus autores Dwyer y Kim toma como referencia el modelo de Crouch y Ritchie, y a partir de este proponen un modelo de competitividad denominado “Modelo Integrado” Dwyer y Kim. (2007, pág. 78). “En este se exponen argumentos basados en los “recursos heredados”, los “recursos creados” y los “recursos de soporte”, los cuales conforman los principales determinantes del éxito del destino turístico y la base de la competitividad turística”(Revista de Cultura y turismo , 2015).

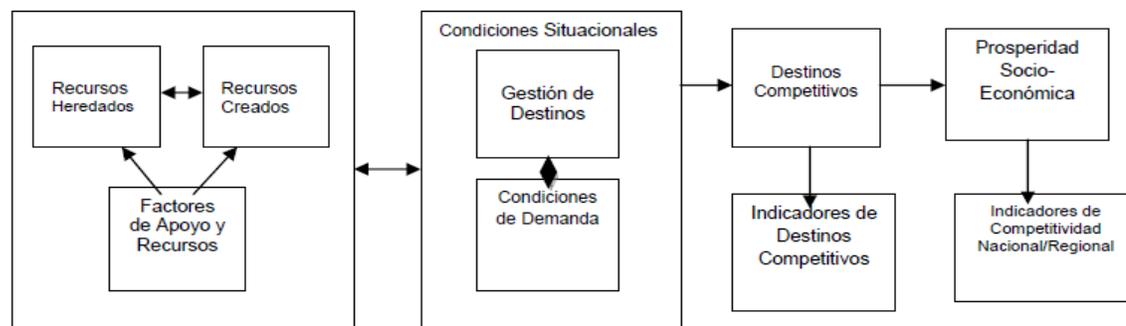
Este modelo también plantea el hecho de que los recursos están compuestos por las condiciones situacionales, la gestión del destino y la demanda, por lo que este conjunto de

factores y su interrelación de forma articulada conllevan a generar ambientes propicios para el desarrollo competitivo en destinos turísticos

El principal obstáculo, de este modelo es la aplicación práctica, es decir, recoge a través de indicadores o encuestas la situación en cada destino la información procesada es de gran utilidad, pero el seguimiento a partir de la aplicación de este instrumento es costoso y algunas ocasiones suele ser imposible de cruzar las distintas informaciones por la falta de datos disponibles comparables entre destinos.(Diéguez, 2015, pág. 12).

Al igual que el modelo anterior, este no presenta la actividad turística como un fenómeno complejo a la luz del enfoque sistémico, pues ignora que, para hacer análisis situacionales a partir de instrumentos de medidas, el modelo tendría necesariamente que cruzar los conceptos de territorio, destino y producto turístico a escala espacial y temporal.

Lo anterior confirma que la planificación tiene que adaptarse a múltiples sistemas y escala lo cual indica que existe una realidad anárquica, a esto se refiere la investigadora Diana Morales al citar como ejemplo las diferencias entre los planes de manejo de una área protegida a los de un plan de vida de un resguardo indígena o un plan desarrollo municipal a un esquema de ordenamiento del territorio, en ese sentido se trata de documentos cuya vigencia no están sincronizados con las escalas de análisis y las situaciones pueden ser diferentes, es decir, no se puede analizar el agua en el territorio de manera aislada sin relacionarlo con el turismo.(Morales, 2016, pág. 34).Los elementos que conforman este modelo aparecen recogidos en la siguiente figura:



Fuente: Dwyer y Kim (2003)

Figura 3. Modelo integrado de la competitividad de un destino turístico.

Fuente: Modelo Integral del Destino Competitivo Dwyer y Kim (2003)

8.2. Recursos Naturales y Culturales (Ruiz, 2008)

8.2.1. Recursos heredados.

Son los recursos endógenos, del propio territorio, entre los que se encuentran los recursos naturales -fisiografía, flora, clima, fauna, etc.- y los recursos culturales -historia, costumbres, arquitectura, música, bailes, etc.-. Todos estos factores son considerados muy importantes por este modelo, pues para que los destinos puedan tener éxito es condición necesaria que sean atractivos.(Ruiz, 2008)

8.2.2. Recursos creados.

Dentro de este subgrupo se identifican cinco tipos de factores:

Las infraestructuras turísticas -alojamientos, comidas, transportes, agencias de viajes receptivas, alquiler de coches, etc., así como una abundante gama de servicios, tales como farmacia, gasolinera, policía, etc.-; los eventos especiales; las actividades disponibles -recreativas y deportivas-; el ocio y entretenimiento -el turista asume un rol pasivo en el destino (teatro,

festival de cine, etc.); y las tiendas para comprar -para algunas culturas, como la japonesa y la coreana, la compra en los destinos visitados se convierte en una de las actividades más importantes del viaje, incluso, en muchas ocasiones, la compra de productos se convierte en uno de los principales motivos del viaje.(Ruiz, 2008)

8.2.3. Factores de apoyos y recursos

Si los recursos y atracciones son considerados como los elementos primarios que impulsan al turista a visitar los destinos turísticos, los factores y recursos complementarios son la base para el éxito de la industria turística, su efecto es, por tanto, secundario. Dentro de este subgrupo de factores se identifican también cinco tipos de factores:

- Infraestructura general -carreteras, aeropuertos, sistema de trenes y autobuses, abastecimiento de agua, telecomunicaciones, sistema de electricidad, sistema financiero, etc.-

- Calidad del servicio: fundamental para proporcionar una buena experiencia turística, la cual incrementa la ventaja competitiva del destino. Esta calidad debe guardar una adecuada relación con el precio, y está unida al contexto en el que tiene lugar la experiencia turística (macroentorno). Para mejorar la experiencia turística las organizaciones del destino deben de cooperar formando una red de trabajo.

- Accesibilidad del destino: es otro factor importante para la competitividad de los destinos turísticos. Entre estos factores podemos destacar la concesión de visados, la capacidad de los aeropuertos y el servicio de los medios de transporte.

- Hospitalidad: la acogida que recibe el turista se conforma como uno de los principales factores sociales que inciden en la competitividad de los destinos turísticos. Entre estos podemos citar la existencia de guías, de puntos de información y la amabilidad de la población local.

- Lazos con el mercado: en esta categoría encontramos a todos los factores que crean vínculos entre los destinos y los mercados emisores, tales como relaciones comerciales, flujos de migración, cultura, lengua y religión comunes, etc. (Ruiz, 2008)

8.2.4. Condiciones situacionales (Ruiz, 2008)

Estos factores pueden limitar o potenciar la competitividad de los destinos turísticos. Entre ellos se encuentran:

- Localización del destino: la situación del destino respecto a los mercados emisores se erige en un factor importante a la hora de atraer a los turistas de estos mercados.

- Competitividad del microentorno: hace referencia a los factores que moldean el entorno competitivo inmediato de la industria turística, de forma que la competencia entre las empresas crea un entorno propicio para aumentar la competitividad de los destinos. Aquí podemos distinguir: las capacidades y recursos de las firmas y las organizaciones del destino, sus estrategias y alianzas y su entorno competitivo inmediato.

- Macroentorno: el turismo está influenciado por un conjunto de fuerzas globales tales como crecimiento económico, cambios económicos, cambios demográficos, cambios tecnológicos, cambios socioculturales, cambios políticos, regulaciones y reglamentaciones, etc., que representan, a su vez, cambios y oportunidades para la industria turística.

- Seguridad: elementos como la estabilidad política, el crimen, el terrorismo, las enfermedades, etc., son elementos que pueden restringir la competitividad.

- Precios: el coste de la experiencia turística completa es otro factor muy importante que incide decisivamente sobre las decisiones de compra de los turistas.

8.3. Modelo de Gestión del Destino (Ruiz, 2008)

En este grupo se incluyen aquellos factores que pueden mejorar el atractivo de los recursos y fortalecer la calidad y efectividad de los factores de soporte. Por otro lado, estos factores permiten adaptar a los destinos turísticos a los cambios que constantemente se producen en el entorno. La dirección de un destino turístico, según este modelo, es integrada, a su vez, por cinco actividades:

- Gestión del marketing del destino: dentro de esta función encontramos las actividades de desarrollo de nuevos productos, la política de precios y el desarrollo de apropiados canales de distribución y de paquetes de productos. También incluye actividades de investigación y segmentación de mercados, así como la creación de la imagen del destino. Esta labor debe estar coordinada por el sector público y privado.

- Política, planificación y desarrollo del destino: la política debe ser definida como el conjunto de normas, reglas, directrices y desarrollo y promoción de objetivos y estrategias que crean un modelo de actuación de decisiones, colectivas e individuales, que afectan al desarrollo turístico del destino y a las actividades que tienen lugar en el mismo.

- Organización de la gestión del destino: varias áreas y niveles del gobierno tienen competencia en el desarrollo del destino turístico, por lo que deben cooperar. Tres aspectos de la organización del destino son especialmente importantes: coordinación -entre el sector público y el privado, erigiéndose aquél en líder del desarrollo-; provisión de información -tanto del propio destino como del entorno-; y administración y evaluación de la estrategia.

- Desarrollo de los recursos humanos: son muy importantes para mejorar la competitividad de los destinos turísticos, pues, mientras que los factores físicos son la base para determinar la competitividad, mediante el factor humano se maximiza ésta. La formación y

cualificación del factor humano permite adaptarse a los continuos cambios que se dan en el entorno -cambios tecnológicos, organizativos, sociales, etc.

- Gestión del medio: la gestión de los recursos naturales, el paisaje, la receptividad de la población local, etc., se convierte en elementos muy importantes para asegurar la competitividad de los destinos turísticos a largo plazo, pues, puede decirse que la relación entre la calidad del producto en la industria turística está más relacionada con la calidad medioambiental que lo pueda estar en cualquier otra industria.

8.4. Condición de la demanda

Las características de la demanda doméstica van a tener también incidencia en la competitividad de los destinos, en su desarrollo. Al mismo tiempo, la valoración que hacen diferentes grupos de turistas sobre un destino no es la misma, por lo que su competitividad va a depender de los segmentos de turistas que lo visiten.

Todos estos factores, así como su interrelación, según este modelo integrado, determinan la competitividad de los destinos turísticos, competitividad que, según Dwyer y Kim (2003), no tiene otra finalidad que la de contribuir a mejorar los niveles de bienestar de la población local.

Capítulo 3: Componentes del modelo de medición de competitividad

9. Niveles de competitividad según las variables estratégicas que componen el modelo de medición de la competitividad global y su relación con las variables comparativas encontradas en los recursos turísticos en los municipios estudiados.

En este capítulo se desarrolla a partir de la descripción del componente territorial del municipio de Santiago de Tolú y Coveñas en que se tendrán en cuenta aspectos generales entre ellos físico, económico, social, vías de acceso, servicios públicos. Igualmente se registran según lo propuesto en modelo de competitividad global los elementos integradores contextualizado el destino estudiado y al final se hará una relación de las variables competitivas del modelo y las encontradas en el estudio.

9.1. Aspectos generales del municipio de Santiago de Tolú

9.1.1. Aspectos Físicos.

Santiago de Tolú tiene una extensión de 301,22 km², el área poblada tiene una superficie aproximada de 36,55 hectáreas, es decir, un 12.13% del área total y tiene 264,67 hectáreas equivalentes a un 87.86% y corresponden al sector rural. Mantiene una temperatura que está entre los 18 y 30°C y una altura de tres metros sobre el nivel del mar. Santiago de Tolú limita por el norte con el municipio de San Onofre, por el sur con los municipios de Palmito y Coveñas, por el oriente con los municipios de Tolú viejo y Sincelejo y por el occidente con Panamá. (Alcaldía Municipal de Santiago de Tolú, 2015).



Figura 4. Ubicación del municipio de Santiago de Tolú en el departamento de Sucre.

Fuente:<https://www.google.es/#q=mapa+de+santiago+de+tolu>

En lo que respecta al relieve este presenta algunas diferenciaciones, porque en las zonas costeras hay llanuras cercanas al mar y con manglares, también ondulaciones, tipo colina de altura que oscilan entre los 30 y 140 metros sobre el nivel del mar. La vegetación se caracteriza por la presencia de manglares con bastante diversidad lo cual hace posible que allí alberguen gran cantidad de especies de fauna y flora. Por su parte, la hidrografía está comprendida por la presencia de caños, arroyos y Ciénegas, además de contar con microcuencas que le permiten gran riqueza hídrica. (Secretaría de Desarrollo Social, 2008)

9.1.2. Aspectos Económicos.

Las principales actividades económicas del municipio son la pesca y las actividades turísticas, de esta manera se encuentran algunas empresas pesqueras, lo cual también es aprovechado por sus habitantes quienes ven en esta actividad su sustento diario. (Alcaldía Municipal de Santiago de Tolú, 2015). Las actividades turísticas tienen gran representatividad

debido a que se encuentran empresas que prestan servicios de alojamiento, y restauración y empresas operadoras que ofrecen paquetes y otros servicios complementarios como venta de productos gastronómicos nativos y productos decorativos y demás, alusivos a los productos del mar. En el municipio también se encuentran establecimientos comerciales como supermercados, almacenes, bancos, y establecimientos menores como panaderías, heladerías, misceláneas, papelerías y tiendas de barrio. Cabe señalar que las actividades agrícolas no tienen un desarrollo muy representativo en este municipio, no obstante, se cultivan productos como el maíz, la yuca, la palma africana, entre otros. La siguiente tabla muestra los rubros que mueven la economía del municipio de Santiago de Tolú.

Tabla 3.

Valor agregado municipal de Santiago de Tolú

Valor Agregado Municipal	201,4
Hoteles, restaurantes y bares	36,3
Administración pública y defensa	22,8
Comercio	22,4
Producción Pecuaria y Caza	15
Servicios sociales y de salud de mercado	13,3
Industria Manufacturera	12,4
Construcción de edificaciones	10,3
Energía eléctrica	10,3
Actividades inmobiliarias	9,6
Otros	48,9
Valor Agregado Per cápita (Pesos corrientes)	1.444.652

Fuente: Ficha de caracterización municipal. DANE 2013

9.1.3. Vías de acceso.

Para llegar al municipio de Santiago de Tolú se accede por la vía terrestre, por vía aérea y por vía fluvial. La vía aérea es la más rápida para visitantes provenientes de las ciudades del centro y sur del país, quienes pueden llegar al Aeropuerto Los Garzones de la ciudad de Montería y al Aeropuerto Las Brujas del municipio de Corozal desde allí pueden tomar la vía terrestre encontrándose aproximadamente a hora y media del municipio. Al aeropuerto Balsillas en Santiago de Tolú arriban vuelos chárteres y algunos otros de empresas principalmente de Medellín.

La vía terrestre es la más usual sobre todo para los visitantes de la región y de otras regiones del país que cuentan con vehículo propio para realizar este recorrido. Para ello se cuenta con el eje vial de la troncal de occidente que enlaza con ciudades como Medellín, Cartagena y Sincelejo uniendo a su vez municipios del departamento de Córdoba; se destaca además el eje vial Tolú-Toluviejo que comunica al departamento de Sucre con este municipio y también con el municipio de Coveñas.

Dentro de la línea estratégica propuesta para el desarrollo turístico del municipio se plantea recuperar la economía local impulsando la actividad turística, para lo cual, es necesario posicionar y consolidar al municipio como destino turístico, a partir de un programa de promoción turística e infraestructura turística (Plan de Desarrollo Municipal, 2008, pág. 135). A continuación, se presenta la síntesis de las estrategias en promoción y planeación para el desarrollo turístico del municipio de Santiago de Tolú.

9.2. Recursos Naturales y Culturales

9.2.1. Recursos heredados y creados

En Santiago de Tolú los recursos de naturaleza y cultura están distribuido casi que en equivalencia en la escala de as variable competitivas y sostenibilidad. Siembargo, a diferencia

entre ellos se determina por aquellos recursos que han sido credos o combinado con otras actividades relacionadas con la actividad turística en su mayoría eventos o competencia a continuación, registra el nombre del recurso, la ubicación, la categoría (Naturaleza / Cultura) y la clasificación (Heredado / Creado)

Tabla 4.

Identificación y clasificación de recursos de naturaleza creados y heredados

Municipio	Ubicación	Recurso de naturaleza /cultura	H	C
Santiago de Tolú	9,529267 -75,568660	Cultura- Regara de Veleros		X
Santiago de Tolú	9,524001 -75,583651	Cultura- Iglesia de Santiago El Mayor		X
Santiago de Tolú	9,527500 -75,581258	Cultura- La casa del balcón		X
Santiago de Tolú	9,566067 -75,573737	Naturaleza- Playas del Francés	X	
Santiago de Tolú	9,794703 -75,845157	Naturaleza- Islas de San Bernardo	X	
Santiago de Tolú	9,693899 -75,704255	Naturaleza- Isla Boquerón	X	
Santiago de Tolú	9,742289 -75,684429	Naturaleza- Isla Cabruna	X	
Santiago de Tolú	9,763606 -75,787901	Naturaleza- Mangle	X	
Santiago de Tolú	9,745593 -75,816413	Naturaleza- Panda	X	
Santiago de Tolú	9,694463 -75,854530	Naturaleza- Isla Ceycén	X	
Santiago de Tolú	9,797236 -75,852544	Naturaleza- Isla Titipán	X	
Santiago de Tolú	9,785943 -75,859122	Naturaleza- Islote de la Cruz	X	
Santiago de Tolú	9,749444 -75,880000	Naturaleza- Isla Maravilla	X	
Santiago de Tolú	9,743917 -75,817195	Naturaleza- Isla Palma	X	
Santiago de Tolú	9,468566 -75,607466	Naturaleza- Playas de Puerto Viejo	X	
Santiago de Tolú	10,159871 -75,654303	Naturaleza- Parque Nacional Natural (PNN) Corales del Rosario y de San Bernardo	X	
Santiago de Tolú	9,527601 -75,582661	Cultura- Celebraciones religiosas de Semana Santa		X

Santiago de Tolú	9,526114	-75,582993	Cultura-Fiestas patronales Santiago El Mayor		X
Santiago de Tolú	9,537796	-75,580171	Cultura- Bandeja Toludeña		X
Santiago de Tolú	9,517925	-75,587435	Cultura- Cócteles afrodisíacos		X
Santiago de Tolú	9,521986	-75,586333	Cultura-Dulces de palenqueras		X

Fuente: Grupo investigador, 2018.

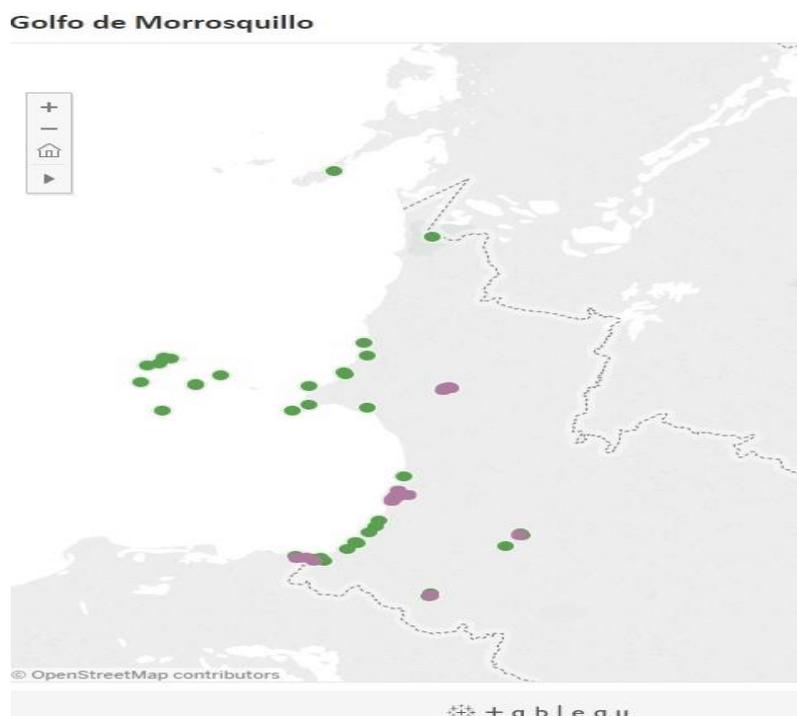


Figura 5. Ubicación en el mapa el Municipio

Fuente: Grupo investigador, 2018.

9.3. Factores de apoyos y recursos

Los factores de apoyo y recurso son los recursos complementarios y hace parte de la base para el éxito de la industria turística, su efecto es, por tanto, secundario y son coordinadas por la institución pública específicamente los programas y acciones para acondicionar el destino contribuyendo a la impulsar las variables competitivas y sostenible.

En el municipio de Santiago de Tolú entre los lineamientos del plan desarrollo turístico estipula las variables para la competitividad del destino en donde se contemplan la promoción de los atractivos turísticos y la planeación de la política del sector como elementos fundamentales para el desarrollo turístico. A continuación, se registra el eje estratégico al que apunta el plan sectorial de turismo a la gestión competitiva del apoyo para los recursos de naturaleza y cultura.

Tabla 5.

Eje estratégico: Promoción y Planeación del desarrollo turístico

Objetivo	Programa	Metas	Actividades
Posicionar y consolidar al municipio como destino turístico mediante programa de promoción turística y mejoramiento de la infraestructura turística	Promoción turística	<p>Posicionamiento de la oferta turística del municipio</p> <p>Fortalecimiento de la oficina de turismo</p> <p>Diseño del plan de promoción turística articulando con los gremios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de proyectos en promoción turística • Fortalecimiento de la oficina de turismo. • Diseño y promoción del municipio como destino turístico
Consolidar el municipio como destino turístico aprovechando los atributos naturales y culturales	Planeación turística	<p>Reconocimiento de la ciudad como zona prioritaria para el turismo.</p> <p>Diseño de la movilidad turística</p>	<p>Levantamiento de inventario turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidación del Golfo de Morrosquillo como destino turístico. • Diseño del plan de movilidad turística

Fuente: Grupo investigador, 2018.

9.3.1. Condiciones situacionales

Las condiciones situacionales para el municipio de Santiago de tolú esta determinadas por aquellos factores que limita o potencializa la competitividad. Es decir, en cuanto ubicación el destino presenta favorabilidad teniendo en cuenta las ventajas económicas que ofrece el micro entorno de ser un puerto marítimo y con un amplio desarrollo para el ecoturismo asimismo las alianzas comerciales con las empresas petroleras y sus estrategias en el entorno competitivo inmediato. En ese sentido, El actual Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Santiago de Tolú considera Zona de Manejo Especial los lugares donde se concentran todas las acciones turísticas las cuales involucra la franja costera, la zona urbana, la zona de expansión urbana y áreas adyacente(Alcaldía Municipal Santiago de Tolu, 2000).

Sin embargo, las evidencias de la realidad muestran una profunda desarticulación entre los parámetros del Plan de Ordenamiento Territorial y el avance de la invasión antrópica y la presión de la actividad turística desregulada y no planificada sobre el ecosistema de mangle de la Zonas. A continuación, se muestran algunos aspectos que no se ajustan a las directrices del Plan de Ordenamiento Territorial.

Tabla 6.

Matriz de problemas asociados a la falta de planificación turística de Santiago de Tolú.

Georreferenciación	Problema	Espacio o ecosistema afectado	Personas o grupos afectados
Boca de Guacamayas	Ambiental	Se afecta el ecosistema marino y el área de Mangle	Pescadores y pobladores nativos
Centro vacacional Camino verde	Ambiental	Se afecta el equilibrio del ecosistema de Mangle y la fauna y la flora nativa	Empresario
Vía al francés	Social	Ampliación de la frontera agrícola por los pequeños productores	Pobladores nativos no son incluidos de los proyectos turísticos

Área de Manglar Cabaña orilla del mar	Ambiental Social Económico	Esta es una zona altamente vulnerable en que la exclusión económica genera degradación ambiental en la zona de Mangle	La población nativa específicamente jóvenes y mujeres afrodescendientes
Avenida Malecón	Social Económico	En lo económico hay una escasa vinculación a la actividad turística formal. En lo social la ausencia de empleo focaliza los grupos de delincuentes y propicia inseguridad	Los visitantes, turistas y empresarios
Planta de cementos Argos	Ambiental	Impacto negativo por arena de arrastre en lecho del ecosistema primario marino	Pobladores y trabajadores de la zona por contaminación aérea de polución de los residuos de cemento
Ciénaga la Caimanera	Social Ambiental	Ecosistema de mangle por tala y remoción de la capa vegetal En lo social contaminación por turismo de baja cultura ambiental produce altas cantidades de basura sobre la ciénaga	Prestadores de servicios turístico-nativos

Fuente: Planificación Territorial Tatiana Niebles

9.3.2. Modelo de Gestión del Destino

El criterio de gestión de destino está compuesto por dieciocho indicadores que evidencian las condiciones bajo las cuales se desarrolla la actividad turística en los departamentos y la articulación de los actores público y privado. En este sentido, evalúa aspectos importantes como la planificación y sostenibilidad de los destinos y priorización y aporte de recursos nacionales y regionales para el desarrollo del sector. (Centro de Pensamiento Turístico- Colombia, 2017)

Tabla 7.

Calificación en Indicadores de la Gestión del Destino Año 2016

Indicador / Santiago de Tolú	Valor de referencia	de Cumplimiento
Acciones para certificación en destinos sostenible	0	0%
Planes de desarrollo turístico municipal	0	0%
Turismo en los planes de desarrollo	5.35	30%
Financiamiento de proyectos	1	20%
Presupuesto de inversión destinado al turismo	0.22	40%
Oficinas especializadas en gestión turística	10	0%
Producción de información estadística de viajes y turismo	0	0%
Seguridad de empresas turísticas	9.15	30%
Disponibilidad policial	2.08	10%
Disponibilidad policía de turismo	3.02	15%
Puntos de información turística	4.42	20%
Presupuesto regionalizado para el turismo	0	0%

Fuente: Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC. 2016.

9.3.3. Estudio de competitividad de cámara de comercio Ruta Vacacional (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016)

El municipio de Santiago de Tolú ha estado presente dentro la de la oferta misionalla cámara de comercio como entidad gestora de acciones encaminada al fomento y fortalecimiento de competitividad del sector turístico, evidencia de lo anterior es el documento o estudio técnica de la ruta competitiva turismo vacacional que hace un aporte significativo al sector a partir de la construcción del plan de acción de la ruta tomando como base a la visión de futuro definida para el departamento de Sucre. A continuaciones presenta las partes que conforma la hoja de ruta de la estrategia de turismo desde el enfoque del segmento de mercado al que se orienta



Figura 6. Etapas del plan de acción de la ruta turismo vacacional.

Fuente: ClusterDevelopment

9.3.1. Condición de la demanda

Partiendo de la base que en Sucre se encuentran atractivos que permiten que el enfoque del turismo sea una cultura o un atractivo exclusivo, y que en este territorio se encuentra una oferta de sol y playa y un ecosistema de oferta turística actualmente desarticulado y sin un hilo conductor que conlleve a que se genere una identidad regional que el turista identifique, la visión de futuro definida para el departamento está enmarcada en consolidar un destino diferenciado con oferta integral. Esta tipología de destinos cuenta con atractivos de sol y playa y se diferencian sin necesidad de tener atractivos únicos y sin tener tampoco una magna oferta de infraestructura turística.

9.3.2. Estudio de mercado

A partir de la definición de la visión de futuro del Cluster de Turismo en Sucre se evidencian retos fundamentales a futuro que se deben empezar a trabajar en un corto, mediano y largo plazo. La elaboración de una propuesta de plan de acción que de manera incremental refuerce la competitividad de forma sostenida en el tiempo, y en especial, que responda al análisis estratégico realizado en las fases previas es fundamental para la planeación de las acciones que a

futuro se deberán implementar para el desarrollo turístico a nivel departamental. A continuación se registra los productos turístico para segmento de mercado en donde sucre es un destino diferenciado con oferta integral.



Figura 7. Logo.

Fuente: Grupo investigador, 2018. , 2018.

9.3.3. Indicadores de sostenibilidad turística para el municipio de Tolú. (Villarraga Amaya, 2012)

La única forma de garantizar la sostenibilidad de la actividad turística es midiendo los impactos producidos y haciendo un seguimiento responsable a los indicadores, para lo cual se requiere una adecuada selección de los que sea posible aplicar de manera inmediata y gradual. Para identificar los indicadores cuya medición es necesario implementar en una primera etapa en el municipio de Tolú, se procederá al análisis de varios sistemas de indicadores para posteriormente escoger los que más se ajusten al entorno, de acuerdo con las condiciones socioeconómicas, ambientales y la capacidad institucional de la región.

Tabla 8.

Propuesta de indicadores

VARIABLE	INDICADOR	FÓRMULA (ÍNDICE)	CÓDIGO
SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA			
Empleo	Empleo permanente	Número de empleos permanentes generados por sector turismo / Total de empleo permanente generado en el destino x 100	S.E.12
	Empleo residentes	Número de residentes empleados en turismo / Total de empleos generados por el sector turismo x 100	S.E.14

Frecuentación turística	Cantidad de turistas registrados	Número de turistas registrados por el sector hotelero	ZTSC
	Ocupación hotelera	Habitaciones hoteleras ocupadas / Total de habitaciones disponibles en destino x 100	S.E.17
SOSTENIBILIDAD SOCIOCULTURAL			
Seguridad residentes	Seguridad ciudadana	Número de denuncias año a la policía por robo o atraco / Total residentes x 100	S.S.01.
Percepción de la seguridad por turistas	Integridad y seguridad física de turistas	Número de denuncias reportadas al año por los turistas en el destino / Total denuncias en el destino x 100	MCIT
Interculturalidad	Encuentros interculturales	Número de encuentros interculturales residentes - turistas al año	S.S.02.
Identidad cultural	Grado de identidad de las festividades realizadas	Número de eventos y festividades realizadas en el destino que se identifiquen con el lugar / Total de festividades y eventos en el departamento x 100	MCIT
Conservación	Conservación del patrimonio cultural	Millones de pesos invertidos en la conservación del patrimonio histórico - arquitectónico / Total presupuesto del destino x 100	S.S.03.
Prostitución infantil	Control de impactos negativos	Presencia de acciones estatales tendientes a erradicar y combatir la prostitución infantil al año	MCIT
Uso del patrimonio	Puesta en valor del patrimonio intangible	Número de eventos con contenido folclórico al año / Total eventos al año x 100	S.S.04.
Participación de la comunidad local	Productos y servicios generados localmente	Productos y servicios locales utilizados por el turismo / Total de servicios utilizados por el Turismo	S.S.05.
Grado de satisfacción de la comunidad local	Influencia del turismo en la comunidad residente	Grado de aceptación de la actividad turística por la comunidad del destino	MCIT
Valoración de las expresiones culturales locales	Expresiones culturales locales existentes	Número de organizaciones locales cuya meta es la transmisión y conservación de la identidad y la cultura local / Número total de organizaciones en el destino x 100	ZTSC
	Expresiones culturales locales vinculadas al turismo	Número de establecimientos turísticos que han recurrido a organizaciones locales cuya meta es la transmisión y conservación de la identidad y cultura local / Número total de establecimientos turísticos x 100	ZTSC
	Arquitectura tradicional	Número de viviendas de arquitectura tradicional en el destino / Número de viviendas totales x 100	ZTSC
Satisfacción del turista	Índice de satisfacción del turista	Grado de satisfacción del turista al salir del destino	G.T.11. ZTSC
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL			
Espacios singulares	Espacios naturales singulares	Superficie de espacios naturales protegidos en km ² / Superficie total del destino x 100	S.A.01.

	Capacidad de carga	Superficie de espacios naturales en ha con uso basado en capacidad de carga / Superficie total del destino x 100	S.A.04.
Calidad del agua de mar	Parámetros bacteriológicos	Presencia de coliformes fecales	ZTSC
		Presencia de estreptococos fecales	
Calidad del agua de mar	Parámetros físico - químicos	Aceites y grasas	ZTSC
		Transparencia y turbidez	
		Sólidos flotantes	
		Ph	
Calidad del agua potable	Parámetros bacteriológicos	Presencia de coliformes termorresistentes in situ	ZTSC
		Cryptosporidium en laboratorio	
		Giardia lamblia en laboratorio	
	Parámetros bacteriológicos	Color (Unidades de Platino Cobalto: UPC)	
		Sabor y olor	
		Temperatura	
		Turbidez (Unidades Nefelométricas de Turbidez TCU)	
		Nitrato	
		Nitrito	
		Sulfito	
		Cloruros	
		Plomo	
		Sulfato	
Consumo de agua	Acceso al agua potable	Cantidad de población local que tiene acceso por lo menos a 20 l de agua potable al día y por persona en relación al total de residentes en destino, con fuente de agua a menos de 1 Km.	ZTSC
Tratamiento aguas Residuales	Eficiencia en el manejo de aguas residuales	Porcentaje de estaciones de tratamiento Eficientes y que cumplen con las normativas de vertimiento.	ZTSC
Degradación de playas	Playas erosionadas	Playas erosionadas / Playas totales x 100	OMT
Tratamiento residuos	Valorización de residuos sólidos	Toneladas de residuos valorizadas/ Toneladas de residuos producidas x 100	S.A.05.
Dstrucción de fauna	Extinción de especies continentales	Número de especies en peligro de extinción en el destino / Total de especies del destino x 100	S.A.08.
Preservación de fauna	Extinción de especies de pesca	Número de especies de pesca en peligro de extinción en caladeros en el destino	OMT
	Aumento de caladeros	Número de arrecifes artificiales convertidos en caladeros de pesca	

Fuente: Villarraga Amaya, 2012

El código Corresponde a: La asignación por Viceministerio de Turismo. Siglas: MCIT significa que el indicador lo definió el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; ZTSC

significa que el indicador fue elaborado por la Asociación de Estados del Caribe; y OMT que corresponde a un indicador elaborado por la Organización Mundial del Turismo.

9.3.4. Indicadores de turismo para Colombia.(Villarraga Amaya, 2012)

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo diseñó el Sistema de Indicadores de Competitividad Turística desde el año 2004 y éstos fueron revisados posteriormente en 2008. Se trata de una batería de 85 indicadores en las plataformas de Sostenibilidad Económica, Sostenibilidad Sociocultural, Sostenibilidad Ambiental, Gestión Turística y Soporte Turístico. El Convenio de Competitividad Turística para el departamento de Sucre (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011a), diagnosticó que existe una escasa medición del proceso de desarrollo turístico del destino, por lo que se estableció la necesidad de aplicar un sistema de indicadores, habiendo adoptado 10 de los 85 existentes –creados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Del año 2009 al 2011 no se ha realizado ninguna acción relacionada con estas mediciones por parte del departamento de Sucre, responsable de los compromisos que aparecen a cargo de la Oficina de Turismo de Sucre. Dada la baja capacidad de gestión de la administración departamental y a la poca o nula cultura estadística de los empresarios turísticos, no creemos posible la implementación de este o cualquier otro sistema de indicadores antes del año 2013. En el Convenio de Competitividad Turística no aparecen acciones a cargo de los municipios turísticos del departamento, como Tolú, relacionadas con la aplicación de indicadores.

En el municipio de Tolú, al igual que en el Departamento de Sucre, no existe capacidad de gestión para implementar cualquier clase de indicadores de sostenibilidad antes del año 2013. El Centro de Pensamiento Turístico de Colombia - CPTUR, integrado por Cotelco y la Fundación Universitaria Cafam, dieron a conocer los resultados de la segunda medición del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC. De acuerdo con el informe publicado,

Bogotá lidera el ranking, seguido de Valle del Cauca y Risaralda quienes ocuparon la segunda y tercera posición después del distrito capital.(www.unicafam.edu.co, 2017)

El Puntaje obtenido en cada uno de los indicadores en la medición del índice de competitividad turística Regional de Colombia- ICTRC en el año 2016.

Tabla 9.

Puntajes obtenidos

Indicador / Departamento de Sucre	Descripción
Puesto	21 de los 32 departamentos / Calificación 2.66
Contribución para fiscal	\$184:899
Ingreso de turista	1605
Prestadores de servicios turísticos activo	0
Porcentaje del presupuesto de inversión para el turismo	0.04%
Punto de información turística	2
Valor agregado del sector turismo	\$ 346

Fuente: Centro de Pensamiento turístico de Colombia.

De acuerdo con el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia – ICTRC 2017. En la medición realizada al departamento de Sucre, se tienen en cuenta los municipios de Tolú, Coveñas, Sampues y Sincelejo. Este es el ranking del Departamento de Sucre en los diferentes indicadores.

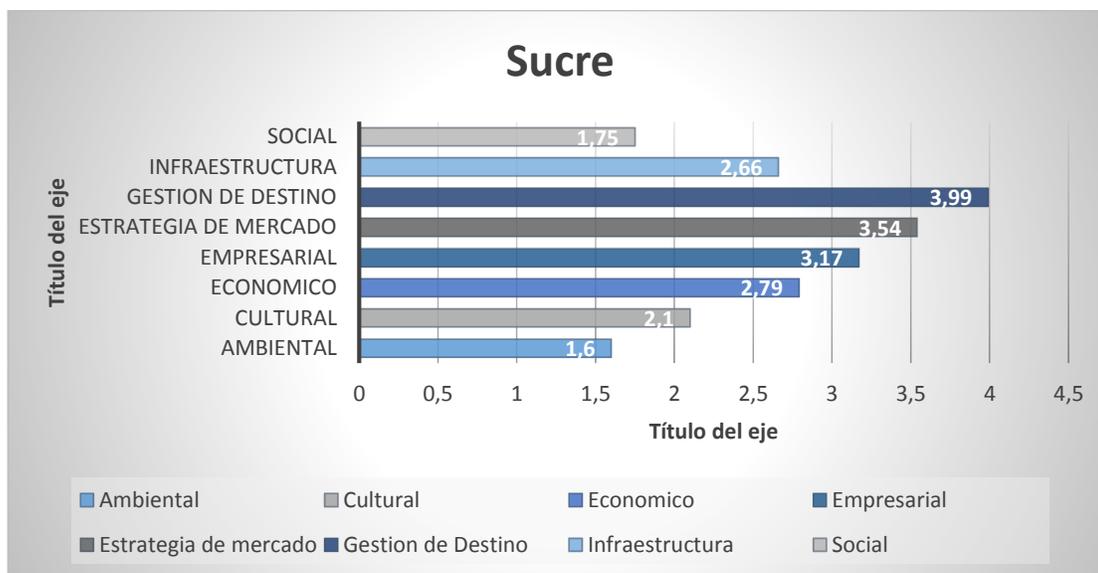


Figura 8. Medición en los diferentes aspectos del departamento de Sucre.

Fuente: Centro de Pensamiento turístico de Colombia, 2018.

9.4. El Municipio De Coveñas, Sucre

9.4.1. Generalidades.

9.4.1.1. Aspectos Físicos.

Ubicado en el Golfo de Morrosquillo, en el departamento de Sucre, es uno de los municipios de mayor atractivo para propios y visitantes, gracias a sus hermosas playas, clima agradable y entorno tranquilo, representa el 0,5% del departamento, se localiza en la latitud 09°24'00 al norte de la línea ecuatorial y una longitud de 75°40'55 al occidente del meridiano de Greenwich, se extiende sobre 7.414 km² que comprende 2.214 km² al área urbana y 5.200 km² al área rural. Según informe del Instituto Geográfico Agustín Codazzi se trata de un área edificada sobre un plano ligeramente estable.(DIMAR).

El municipio de Coveñas limita al Norte con el Mar Caribe, al Sur con el Municipio de San Antonio de Palmito y el Departamento de Córdoba, al Este con el Municipio de Santiago de Tolú y al Oeste con el Departamento de Córdoba. (Alcaldía de Coveñas, 2014) Con una altura de la cabecera municipal de 5 metros sobre el nivel del mar. El clima que predomina es el clima cálido seco propio de la región Caribe y su temperatura media anual está en los 30°C, llegando a superar los 34°C, los meses de febrero y marzo son los más calurosos y en el periodo comprendido entre abril y noviembre se presenta el periodo de lluvias. La gran proximidad al mar conlleva a que la zona sea muy húmeda, pero es modificada por los vientos secantes del noreste. (DIMAR)



Figura 9. Ubicación del municipio de Coveñas, Sucre.

Fuente: Google maps

9.4.2. Aspectos Económicos.

En el municipio de Coveñas las actividades que sustentan la población están asociadas en mayor escala al turismo, la pesca y en menor escala en las actividades agropecuarias y la ganadería.

9.4.2.1. Vías de Acceso.

El acceso al municipio de Coveñas es posible por vía terrestre, aérea y fluvial. Por vía aérea por medio del Aeropuerto Los Garzones en la ciudad de Montería (Córdoba) que se ubica aproximadamente a hora y media del municipio y al cual llegan las principales aerolíneas del país como Avianca y Viva Colombia. Asimismo, en el municipio de Corozal en el departamento de Sucre se encuentra el Aeropuerto Las Brujas que tiene vuelos en menor escala y donde arriban aerolíneas nacionales como Satena y aerolíneas lowcost como EasyFly ubicándose a una hora de distancia.

Por vía terrestre, se puede llegar a través de las empresas de transporte intermunicipal que salen desde Sincelejo con destino directo a Coveñas y una distancia de aproximadamente una hora y media, también desde Sincelejo hacia el municipio de Santiago de Tolú y desde este opera la empresa Cocontrastol que trasporta hacia el municipio de Coveñas, asimismo desde otras ciudades del Caribe que llegan a la capital sucreña se encuentra las empresas de transportes Brasilia, Rápido Ochoa, transporte González y Torcoroma.

9.4.2.2. Aspectos Político-Institucionales.

El municipio de Coveñas presenta como la división tradicional del sector urbano y del sector rural, en este último se encuentran cuatro (4) corregimientos, dos (2) veredas y un (1) resguardo indígena. Los corregimientos son: Boca de la Ciénega, El Mamey, El Reparo y

Guayabal. Las veredas son: Punta Seca y Torrente y el Resguardo Torrente Usuarios. En lo concerniente al sector urbano este ocupa 617 has que corresponden al 11% del territorio, este sector está integrado por San José, la zona industrial de Coveñas, Brigada de instrucción y entrenamiento de la infantería de marina, antiguo campamento obrero, La Coquerita, Guayabal, Urbanización Alicante, Primera Ensenada y el Manglar Isla de Gallinazo.(Municipio de Coveñas, 2014)

9.4.3. Características Económicas.

El municipio de Coveñas como parte del departamento de Sucre se enmarca en el desarrollo de actividades basadas en la agricultura y la ganadería aunque en menor escala con relación a los otros municipios del departamento debido sus característica físicas que son bien descritas en líneas anteriores de este capítulo, de este modo la economía del municipio se enfatiza en las actividades relacionadas con la explotación de los recursos naturales como lo son las actividades turísticas que se sustentan en el producto de sol y playa y la pesca principalmente la que se lleva a cabo en uno de sus mayores atractivos: La Ciénega de la Caimanera.

En el caso del sector agrícola, la producción se dedica al autoconsumo y los cultivos que predominan son: La yuca, el ñame, frijol, plátano, coco y maíz. En el sector pecuario la actividad se desarrolla de manera extensiva y prima la especie bovina siendo desarrollada en zonas aledañas a isla Gallinazo, el corregimiento del Reparó y algunas veredas como Torrente, El Mamey, Bella Vista y Algarrobo.(Alcaldía de Coveñas, 2014).

El sector comercial es muy incipiente e informal, encontrándose pequeños negocios de ventas de ropa, calzado, comestibles, variedades y accesorios, entre otros, el cual es jalonado por la temporada alta que mueve el turismo, la mayor concentración de estos establecimientos se ubica en el sector Punta de Piedra y Boca de la Ciénega. (Agudelo Velasquez, Grimaldo Patarroyo, y Hernández Alba, 2011)

El sector acuícola también tiene presencia en la zona, realizándose la pesca de manera artesanal y con una producción muy baja dadas las restricciones para la actividad, es dedicada al autoconsumo y en un nivel bajo a comercialización, la actividad es generadora de empleo teniendo presencia la asociación de pescadores del Golfo de Morrosquillo (ASOPESGOLMAFRO) la asociación de pescadores de Guayabal (ASOPESGUAYABAL) y asociación de pescadores piscícolas y servicios ambientales de Punta de Piedra. (Organizaciones Solidarias, 2015) Sin embargo, falta gestión y planificación para que el sector pueda ser representativo en la economía municipal y departamental y aporte a la mejora en las condiciones de vida de sus habitantes.

El sector turístico es el que más se destaca y en los últimos años ha crecido siendo muy representativo en el PIB departamental, la mayor oferta se concentra en el subsector del alojamiento gracias a la alta presencia de condominios, cabañas, hoteles y hostales. La afluencia de personas sobre todo del interior del país en temporada dinamiza el sector y favorecen a los demás sectores presentes en el municipio.

El sector industrial se desarrolla a partir de las actividades de almacenamiento y exportación de petróleo por la presencia del Oleoducto Caño Limón, de Ecopetrol, además se encuentran empresas como Petrocomercial, Asociación Cravo Norte y Exxon Mobil e industrias menores con microempresas de ebanistería, carpintería y panadería. (Alcaldía de Coveñas, 2014). La siguiente tabla muestra los sectores de mayor importancia en el municipio:

Tabla 10.

Valor agregado en el municipio de Coveñas (pesos corrientes)

Valor Agregado Municipal	119,2
Hoteles, restaurantes y bares	55,5
Administración pública y defensa	11,4
Energía eléctrica	7,8
Construcción de edificaciones	6,1
Comercio	5,9
Construcción de obras de ingeniería civil	4,8
Servicios sociales y de salud de mercado	4,4
Educación de no mercado	2,8
Correo y telecomunicaciones	2,3
Otros	18,1
Valor Agregado Per cápita (Pesos corrientes)	1.314.755

Fuente: Ficha Municipal DDTS-DNP, 2013

La tabla anterior evidencia la relevancia del subsector de hoteles, restaurante y bares con la mayor participación en la economía municipal, seguida de la administración pública y defensa dadas las gestiones que han adelantado las administraciones en temas de educación, salud, saneamiento básico, entre otros, es de destacar además en concordancia con lo antes descrito el subsector de la construcción tanto de edificaciones como obras de ingeniería y otras actividades no especificadas que le aportan a la economía municipal.



Figura 10. Participación de las ramas de actividad económica en Coveñas.

Fuente: Ficha Municipal DDTS-DNP, 2013.

El anterior gráfico muestra la participación porcentual por las ramas de actividad, es notable la importancia de los establecimientos de hospedaje, así como los establecimientos de gastronomía, bares y similares como los principales focos de movimiento de la actividad turística en este municipio.

9.4.4. Recursos Naturales y Culturales

9.4.4.1. Recursos heredados y creados

En Santiago de tolú los recursos de naturaleza y cultura están distribuido casi que en equivalencia en la escala de as variable competitivas y sostenibilidad. Sin embargo, a diferencia entre ellos se determina por aquellos recursos que han sido credos o combinado con otras actividades relacionadas con la actividad turística en su mayoría eventos o competencia.

A continuación, registra el nombre del recurso, la ubicación, la categoría (Naturaleza / Cultura) y la clasificación (Heredado / Creado)

Tabla 11.

Identificación y clasificación de recursos de naturaleza creados y heredados

Municipio	Ubicación		Recurso de naturaleza /cultura	H	C
Coveñas	9,406388	-75,669701	Naturaleza- Playas primera ensenada	X	
Coveñas	9,424386	-75,640129	Naturaleza- Playas segunda ensenada	X	
Coveñas	9,434738	-75,628461	Naturaleza- Ciénaga La Caimanera	X	
Coveñas	9,437261	-75,629786	Naturaleza- Parque Especializado La Caimanera	X	
Coveñas	9,455909	-75,614897	Naturaleza- Isla Gallinazo y La Marta	X	
Coveñas	9,436518	-75,629440	Naturaleza- Playas sector Bocas de La Ciénaga	X	
Coveñas	9,403899	-75,679372	Naturaleza- Playas sector La Coquerita	X	
Coveñas	9,409609	-75,700463	Naturaleza- Ecoparque Laderas de Villero	X	
Coveñas	9,400036	-75,666732	Naturaleza- Sector Coveñitas	X	
Coveñas	9,407154	-75,688177	Naturaleza- Parque Museo Infantería de Marina		X
Coveñas	9,406381	-75,698371	Cultura- Ferias artesanales		X
Coveñas	9,401207	-75,678399	Cultura- Corralejas		X

Fuente: Grupo investigador, 2018.

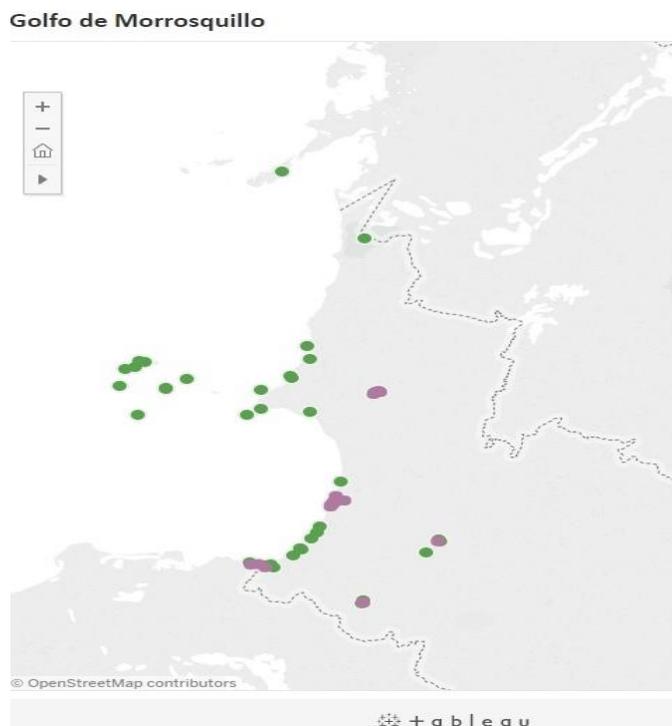


Figura 11. Ubicación Golfo del Morrosquillo.

Fuente: Grupo investigador, 2018.

9.4.5. Factores de apoyos y recursos

Los factores de apoyo y recurso son los recursos complementarios y hace parte de la base para el éxito de la industria turística, su efecto es, por tanto, secundario y son coordinadas por la institución pública específicamente los programas y acciones para acondicionar el destino contribuyendo a la impulsar las variables competitivas y sostenible

El Plan de Desarrollo Turístico Municipal, se resaltó la importancia de los activos ambientales como recurso para fortalecer la oferta, turística bajo el esquema de Turismo Sostenible. Tras considerar todos los aspectos, anteriores se llega a la conclusión que Coveñas posee un futuro promisorio en Turismo Competitivo Sostenible, en Ecoturismo, Etno-turismo y Agroturismo.

Para describir la forma en que se llevan a cabo las actividades de la zona hay que entender que el Municipio no es una entidad aislada y que el flujo de los turistas es de carácter regional, por ello debe describirse lo que ocurre en el sector comprendido en el área de las localidades de Tolú y Coveñas(Alcaldía de Coveña, 2003).

9.4.6. Sostenibilidad ambiental y turística política

El plan de desarrollo 2012 - 2015 unidos es el camino sigue en concordancia con el anterior definiendo como objetivos estratégicos la apuesta del turismo como eje de desarrollo local al igual q las potencialidades de los recursos naturales y culturales del territorio. Sin embargo y como factor diferenciador del anterior plan este es categórico en los relacionado con las consecuencias de la falta de planificación y gestión para la conservación de las playas y los emites daños que el proceso erosivo ocasionan sobre el litoral de playa.

En los estudios de la misión holandesa señalan enfáticamente que el problema de la erosión tiene lugar en casi todas las partes a lo largo de las costas, provocando el deterioro de las defensas costeras aumentando el peligro de inundaciones y obstaculizado fuertemente el desarrollo del turismo Geerders Paul(Plan De Desarrollo Municipal , 2015)

Liderar la preservación, restauración y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales del municipio, mediante la participación comunitaria, la coordinación y cooperación interinstitucional, en procura del equilibrio ecológico, que garantice la permanencia de los atractivos turísticos, para garantizar el Desarrollo Humano Sostenible en la jurisdicción de Coveñas.

Tabla 12.

Objetivos, objetivos estratégicos y programa.

Objetivo	Objetivo estratégico	Programa
<p>Propiciar que las actuaciones del hombre sean acordes con el funcionamiento y dinámica del sistema natural que le sirve de base, de manera que el desarrollo cultural ocurra en armonía con los recursos naturales de la municipalidad y la región</p>	<p>Liderar programas de conservación, restauración y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales del municipio, para garantizar la oferta ambiental del de su territorio y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.</p>	<p>Con planificación y especialización del territorio, según la vocación del suelo, con el fin de propiciar la comprensión sobre el funcionamiento y limitantes de los recursos naturales, que sirven de base para el desarrollo de la actividad humana. Dicha comprensión debe garantizar el uso del territorio municipal, acorde con la vocación del suelo, que es la única forma de garantizar verdadero progreso en una sociedad. Todo el accionar del municipio en esta materia debe ocurrir en armonía, vinculación y coherencia con las políticas y planes sectoriales de los gobiernos nacional y departamental.</p>
<p>Desarrollar acciones que favorezcan las buenas relaciones del hombre con la naturaleza, mediante políticas, estrategias y objetivos concertados con la comunidad inducir el aprovechamiento sostenible de los ecosistemas del municipio., en beneficio de sus habitantes</p>	<p>Incentivar el aprovechamiento de los sitios turísticos con que cuenta el municipio y propiciar un mayor flujo de turistas al municipio, mediante la conservación de la infraestructura vial, el mejoramiento de los servicios públicos esenciales y la sostenibilidad de los recursos naturales, para que los habitantes de Coveñas mejoren sus ingresos derivados de la atención al turista.</p>	<p>Como marco de las actividades que permitan el reconocimiento de Coveñas como destino turístico nacional e internacional, producto de alianzas con empresas Privadas nacionales y extranjeras, de modo que se asegure la comercialización del destino turístico, basado en la potencialidad del Municipio y sus productos especiales.</p>
Estrategia		
<p>Concertar con las comunidades y entidades respectivas, la conformación de zonas de reserva forestal, generando la preservación de ecosistemas y de flora y fauna del municipio, como atractivos</p>	<p>Generar los espacios requeridos para la formulación de proyectos ecoturísticos, juntamente con los municipios vecinos con los cuales se comparten ecosistemas y riquezas</p>	<p>Construcción de obras de ornato y embellecimiento en las desembocaduras de los arroyos Villeros y Amansaguapos,</p>

<p>turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar vallas de información turística en los accesos al Municipio, en donde se consagre la vocación turística del Municipio. • Concertar con las comunidades y autoridades respectivas la forma en que se llevará a cabo el aprovechamiento de los recursos naturales y ecoturísticos de la Ciénaga La Caimanera. • Involucrar a la comunidad, como actor directo, a través de capacitaciones y talleres de conciencia ciudadana, en donde se les mostrará que la potencialidad de Coveñas está en el turismo y por ello deben esmerarse en una buena atención al cliente. • Generar y sistematizar permanentemente información para establecer una base de datos públicos sobre Coveñas, que alimente un portal de promoción turística y a promotores en casetas de orientación al visitante. • Desarrollo de una cultura organizacional y gremial de los empresarios y asociaciones que prestan servicios turísticos en el municipio. • Certificación del destino turístico de Coveñas, mediante la adopción de normas de calidad y buenas prácticas 	<p>naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formular y viabilizar un proyecto para la construcción de los parques ecológicos en los manglares de Isla de Gallinazo y de la Marta, que conlleven a la preservación de ecosistemas frágiles y al fortalecimiento de una cultura ambiental en las comunidades. • Vincular al gremio de hoteleros y prestadores de servicios turísticos de Coveñas al proceso de modernización de la infraestructura de servicios hoteleros, mediante el establecimiento de convenios nacionales e internacionales. • Iniciar la construcción del Muelle Turístico, con el cual se prestará el servicio de transporte marítimo de carácter civil en sus diferentes manifestaciones de aventura, esparcimiento, ecoturístico y demás relacionadas con la vocación municipal. • Orientar los esfuerzos a la comunidad para que no ataque el ecosistema manglar haciendo especial énfasis en las escuelas y colegios incentivando en los niños el respeto al medio ambiente. 	<p>propugnando por la construcción de corredores verdes entrelazados, los cuales servirán como eje ecológico del área urbana municipal, prestando</p> <p>El servicio como áreas de esparcimiento y de recreación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y construcción de sendas peatonales, ciclo rutas, senderos ecológicos y la infraestructura asociada, tales como puntos de información turística, ventas de alimentos y bebidas y servicios de alojamiento. • Establecer a través de la reglamentación del PBOT Municipal, un cambio urbanístico dirigido a contrarrestar el desorden actual, en el punto de llegada a Coveñas, organizándola de forma que al visitante le impresione • Formular los Proyectos de Playa Modelo, apropiando los recursos necesarios para su implementación una vez se puedan llevar a cabo las obras que sean necesarias para el mejoramiento de este importante recurso del Municipio.
---	--	--

<p>por parte los actores en la cadena de servicios turísticos y de apoyo a la administración municipal.</p> <p>Estructurar una carta de productos turísticos competitivos, identificados en el Plan Maestro de Turismo del Caribe colombiano, para la internacionalización del destino Coveñas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y mejorar los productos turísticos sol y playa, ecoturismo, etnoturismo y turismo náutico. • Elaborar planes de acción para la investigación de mercados, promoción y comercialización nacional e internacional de los productos turísticos del municipio, en el contexto del Golfo de 		
---	--	--

Fuente: Grupo investigador, 2018.

9.4.7. Condiciones situacionales

Las condiciones situacionales para el municipio de Santiago de tolú esta determinadas

Problema: Oferta turística desorganizada teniendo en cuenta las potencialidades del Municipio en esta materia. Causas La poca cobertura actual de una infraestructura de servicios básicos, que permitan una mejora en la calidad de la oferta de servicios, y al mismo tiempo un crecimiento físico del mismo.

- Inexistencia de capacitación y educación continuada al sector de servicios y apoyo, así como al total de la población en general en materia turística.
 - Falta de promoción y de incentivos para los turistas, tales como paquetes turísticos que incluyan otras atracciones como por ejemplo las playas de El Rincón, Berrugas y las cuevas de Toluviejo, volcanes de lodo en San Antero (Córdoba), la riqueza arqueológica y ecoturística de Momil (Córdoba), además del potencial interno de ecoturismo.
 - Poca destinación de recursos para desarrollar programas, proyectos y eventos indispensables para convertir a Coveñas en un destino turístico por excelencia.
 - Falta de capacitación y motivación a la población de la zona rural, sobre la forma de implementar actividades para la explotación del Etnoturismo y Agroturismo(Alcaldía de Coveña, 2003). Según lo establecido en la Ley 388 de 1.997, el Plan Básico de Ordenamiento Territorial Municipal de Coveñas clasifica las siguientes clases de suelo.
- Suelo urbano
 - Suelo de expansión urbana
 - Suelo rural
 - Suelo suburbano
 - Suelo de protección.

9.4.8. Modelo de Gestión del Destino

El criterio de gestión de destino está compuesto por dieciocho indicadores que evidencian las condiciones bajo las cuales se desarrolla la actividad turística en los departamentos y la articulación de los actores público y privado. En este sentido, evalúa aspectos importantes como la planificación y sostenibilidad de los destinos y priorización y aporte de recursos nacionales y regionales para el desarrollo del sector. A nivel general, las autoridades territoriales deben tomar conciencia de la necesidad de priorizar la inversión en el sector turístico, toda vez que existe una

apuesta nacional que no se ha visto reflejada en la ejecución de programas y proyectos a nivel regional. (Centro de Pensamiento Turístico- Colombia, 2017)

Tabla 13.

Indicadores

Indicador / Santiago de Tolú	Valor de referencia	de Cumplimiento
Acciones para certificación en destinos sostenible	0	0%
Planes de desarrollo turístico municipal	0	0%
Turismo en los planes de desarrollo	5.35	30%
Financiamiento de proyectos	1	20%
Presupuesto de inversión destinado al turismo	0.22	40%
Oficinas especializadas en gestión turística	10	0%
Producción de información estadística de viajes y turismo	0	0%
Seguridad de empresas turísticas	9.15	30%
Disponibilidad policial	2.08	10%
Disponibilidad policía de turismo	3.02	15%
Puntos de información turística	4.42	20%
Presupuesto regionalizado para el turismo	0	0%

Fuente: Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC. 2016.

9.4.9. Condición de la demanda.

Partiendo de la base que en Sucre se encuentran atractivos que permiten que el enfoque del turismo sea una cultura o un atractivo exclusivo, y que en este territorio se encuentra una oferta de sol y playa y un ecosistema de oferta turística actualmente desarticulado y sin un hilo conductor que conlleve a que se genere una identidad regional que el turista identifique, la visión

de futuro definida para el departamento está enmarcada en consolidar un destino diferenciado con oferta integral. Esta tipología de destinos cuenta con atractivos de sol y playa y se diferencian sin necesidad de tener atractivos únicos y sin tener tampoco una magna oferta de infraestructura turística.

9.4.10. Estudio de mercado.

A partir de la definición de la visión de futuro del Cluster de Turismo en Sucre se evidencian retos fundamentales a futuro que se deben empezar a trabajar en un corto, mediano y largo plazo. La elaboración de una propuesta de plan de acción que de manera incremental refuerce la competitividad de forma sostenida en el tiempo, y en especial, que responda al análisis estratégico realizado en las fases previas es fundamental para la planeación de las acciones que a futuro se deberán implementar para el desarrollo turístico a nivel departamental. A continuación, se registra los productos turísticos para segmento de mercado en donde sucre es un destino diferenciado con oferta integral.

9.5. Destino competitivo

Dentro de las posibilidades de desarrollo territorial para el turismo el municipio de Coveñas ha organizado en el plan de ordenamiento territorial las zonas turísticas del municipio de municipios. A continuación, se registra las zonas y de desarrollo para el turismo.

Tabla 14.

Zonas

Zona	Ubicación
ZONAS DE BALNEARIO PÚBLICO (ZBP).	Playa Pública se divide según sus usos y características
Zona	Ubicación
ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO I (ZDT I)	Son las Zonas localizadas a lo largo de la Costa, cuyos usos principales son las edificaciones o viviendas turísticas u hotelera y el comercio
ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO II (ZDT II)	corredor de playa del Municipio, especialmente en la zona de la Coquerita y en límites con la vía Nacional, entre las desembocaduras de los Arroyos Villeros y Amansaguapos, donde se combina la actividad turística con usos complementarios a la misma, tales como comercial y servicios
ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO III (ZDT III).	Son las Zonas localizadas a lo largo de la Costa, en el área encerrada por la quinta Zona de Expansión
Zona	Ubicación
ZONA RESIDENCIAL TURÍSTICA (ZRT).	Definida como el área urbanizada o en proceso de urbanización, con presencia de asentamientos humanos tradicionales y condiciones socio - culturales propias, destinando proporcionalmente sectores para las actividades turísticas y sus servicios complementarios. Comprende la margen oriental de la antigua vía a Tolú, desde la desembocadura del Arroyo Amansaguapos hasta Punta de Piedra y colindando al oriente con los manglares Isla de Gallinazo
Zona	Ubicación
ZONAS DE MANGLARES (Z.M).	Norte del municipio se ubican formaciones de bosque de manglar, comprendido por la sub. -zona de la Caimanera, en la ciénaga

Fuente: Grupo investigador, 2018.

9.5.1. Indicadores de sostenibilidad turística para el municipio de Tolú.(Villarraga Amaya, 2012)

La única forma de garantizar la sostenibilidad de la actividad turística es midiendo los impactos producidos y haciendo un seguimiento responsable a los indicadores, para lo cual se requiere una adecuada selección de los que sea posible aplicar de manera inmediata y gradual. Para identificar los indicadores cuya medición es necesario implementar en una primera etapa en el municipio de Tolú, se procederá al análisis de varios sistemas de indicadores para posteriormente escoger los que más se ajusten al entorno, de acuerdo con las condiciones socioeconómicas, ambientales y la capacidad institucional de la región.

Tabla 15.

Propuesta de indicadores

VARIABLE	INDICADOR	FÓRMULA (ÍNDICE)	CÓDIGO
SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA			
Empleo	Empleo permanente	Número de empleos permanentes generados por sector turismo / Total de empleo permanente generado en el destino x 100	S.E.12
	Empleos residentes	Número de residentes empleados en turismo / Total de empleos generados por el sector turismo x 100	S.E.14
Frecuentación turística	Cantidad de turistas registrados	Número de turistas registrados por el sector hotelero	ZTSC
	Ocupación hotelera	Habitaciones hoteleras ocupadas / Total de habitaciones disponibles en destino x 100	S.E.17
SOSTENIBILIDAD SOCIOCULTURAL			
Seguridades residentes	Seguridad ciudadana	Número de denuncias año a la policía por robo o atraco / Total residentes x 100	S.S.01.
Percepción de la seguridad por turistas	Integridad y seguridad física de turistas	Número de denuncias reportadas al año por los turistas en el destino / Total denuncias en el destino x 100	MCIT
Interculturalidad	Encuentros interculturales	Número de encuentros interculturales residentes - turistas al año	S.S.02.
Identidad cultural	Grado de identidad de las festividades realizadas	Número de eventos y festividades realizadas en el destino que se identifiquen con el lugar / Total de festividades y eventos en el departamento x 100	MCIT

Conservación	Conservación del patrimonio cultural	Millones de pesos invertidos en la conservación del patrimonio histórico - arquitectónico / Total presupuesto del destino x 100	S.S.03.
Prostitución infantil	Control de impactos negativos	Presencia de acciones estatales tendientes a erradicar y combatir la prostitución infantil al año	MCIT
Uso del patrimonio	Puesta en valor del patrimonio intangible	Número de eventos con contenido folclórico al año / Total eventos al año x 100	S.S.04.
Participación de la comunidad local	Productos y servicios generados localmente	Productos y servicios locales utilizados por el turismo / Total de servicios utilizados por el turismo	S.S.05.
Grado de satisfacción de la comunidad local	Influencia del turismo en la comunidad residente	Grado de aceptación de la actividad turística por la comunidad del destino	MCIT
Valoración de las expresiones culturales locales	Expresiones culturales locales existentes	Número de organizaciones locales cuya meta es la transmisión y conservación de la identidad y la cultura local / Número total de organizaciones en el destino x 100	ZTSC
	Expresiones culturales locales vinculadas al turismo	Número de establecimientos turísticos que han recurrido a organizaciones locales cuya meta es la transmisión y conservación de la identidad y cultura local / Número total de establecimientos turísticos x 100	ZTSC
	Arquitectura tradicional	Número de viviendas de arquitectura tradicional en el destino / Número de viviendas totales x 100	ZTSC
Satisfacción del turista	Índice de satisfacción del turista	Grado de satisfacción del turista al salir del destino	G.T.11. ZTSC
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL			
Espacios singulares	Espacios naturales singulares	Superficie de espacios naturales protegidos en km ² / Superficie total del destino x 100	S.A.01.
	Capacidad de carga	Superficie de espacios naturales en ha con uso basado en capacidad de carga / Superficie total del destino x 100	S.A.04.
Calidad del agua de mar	Parámetros bacteriológicos	Presencia de coliformes fecales	ZTSC
		Presencia de estreptococos fecales	
Calidad del agua de mar	Parámetros físico - químicos	Aceites y grasas	ZTSC
		Transparencia y turbidez	
		Sólidos flotantes	
	Parámetros bacteriológicos	Ph	
		Presencia de coliformes termorresistentes in situ	
		Cryptosporidium en laboratorio	
	Giardia lamblia en laboratorio		
	Parámetros bacteriológicos	Color (Unidades de Platino Cobalto: UPC)	
		Sabor y olor	

Calidad del agua potable		Temperatura	ZTSC
		Turbidez (Unidades Nefelométricas de Turbidez TCU)	
		Nitrato	
		Nitrito	
		Sulfito	
		Cloruros	
		Plomo	
		Sulfato	
Consumo de agua	Acceso al agua potable	Cantidad de población local que tiene acceso por lo menos a 20 l de agua potable al día y por persona en relación al total de residentes en destino, con fuente de agua a menos de 1 Km.	ZTSC
Tratamiento aguas Residuales	Eficiencia en el manejo de aguas residuales	Porcentaje de estaciones de tratamiento Eficientes y que cumplen con las normativas de vertimiento.	ZTSC
Degradación de playas	Playas erosionadas	Playas erosionadas / Playas totales x 100	OMT
Tratamiento residuos	Valorización de residuos sólidos	Toneladas de residuos valorizadas/ Toneladas de residuos producidas x 100	S.A.05.
Destrucción de fauna	Extinción de especies continentales	Número de especies en peligro de extinción en el destino / Total de especies del destino x 100	S.A.08.
Preservación de fauna	Extinción de especies de pesca	Número de especies de pesca en peligro de extinción en caladeros en el destino	OMT
	Aumento de caladeros	Número de arrecifes artificiales convertidos en caladeros de pesca	

Fuente: Villarraga Amaya, 2012

Código: Corresponde al Código asignado por el Viceministerio de Turismo. Siglas: MCIT significa que el indicador lo definió el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; ZTSC significa que el indicador fue elaborado por la Asociación de Estados del Caribe; y OMT que corresponde a un indicador elaborado por la Organización Mundial del Turismo.

9.5.2. Indicadores de turismo para Colombia.(Villarraga Amaya, 2012)

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo diseñó el Sistema de Indicadores de Competitividad Turística desde el año 2004 y éstos fueron revisados posteriormente en 2008. Se trata de una batería de 85 indicadores en las plataformas de Sostenibilidad Económica,

Sostenibilidad Sociocultural, Sostenibilidad Ambiental, Gestión Turística y Soporte Turístico. El Convenio de Competitividad Turística para el departamento de Sucre (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011a), diagnosticó que existe una escasa medición del proceso de desarrollo turístico del destino, por lo que se estableció la necesidad de aplicar un sistema de indicadores, habiendo adoptado 10 de los 85 existentes –creados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Del año 2009 al 2011 no se ha realizado ninguna acción relacionada con estas mediciones por parte del departamento de Sucre, responsable de los compromisos que aparecen a cargo de la Oficina de Turismo de Sucre. Dada la baja capacidad de gestión de la administración departamental y a la poca o nula cultura estadística de los empresarios turísticos, no creemos posible la implementación de este o cualquier otro sistema de indicadores antes del año 2013. En el Convenio de Competitividad Turística no aparecen acciones a cargo de los municipios turísticos del departamento, como Tolú, relacionadas con la aplicación de indicadores.

En el municipio de Tolú, al igual que en el Departamento de Sucre, no existe capacidad de gestión para implementar cualquier clase de indicadores de sostenibilidad antes del año 2013. El Centro de Pensamiento Turístico de Colombia - CPTUR, integrado por Cotelco y la Fundación Universitaria Cafam, dieron a conocer los resultados de la segunda medición del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC. De acuerdo con el informe publicado, Bogotá lidera el ranking, seguido de Valle del Cauca y Risaralda quienes ocuparon la segunda y tercera posición después del distrito capital. (www.unicafam.edu.co, 2017)

El Puntaje obtenido en cada uno de los indicadores en la medición del índice de competitividad turística Regional de Colombia- ICTRC en el año 2016.

Tabla 16.

Indicador Departamento de Sucre

Indicador / Departamento de Sucre	Descripción
Puesto	21 de los 32 departamentos / Calificación 2.66
Contribución para fiscal	\$184:899
Ingreso de turista	1605
Prestadores de servicios turísticos activo	0
Porcentaje del presupuesto de inversión para el turismo	0.04%
Punto de información turística	2
Valor agregado del sector turismo	\$ 346

Fuente: Centro de Pensamiento turístico de Colombia.

De acuerdo con el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia – ICTRC 2017. En la medición realizada al departamento de Sucre, se tienen en cuenta los municipios de Tolú, Coveñas, Sampués y Sincelejo. Este es el ranking del Departamento de Sucre en los diferentes indicadores.

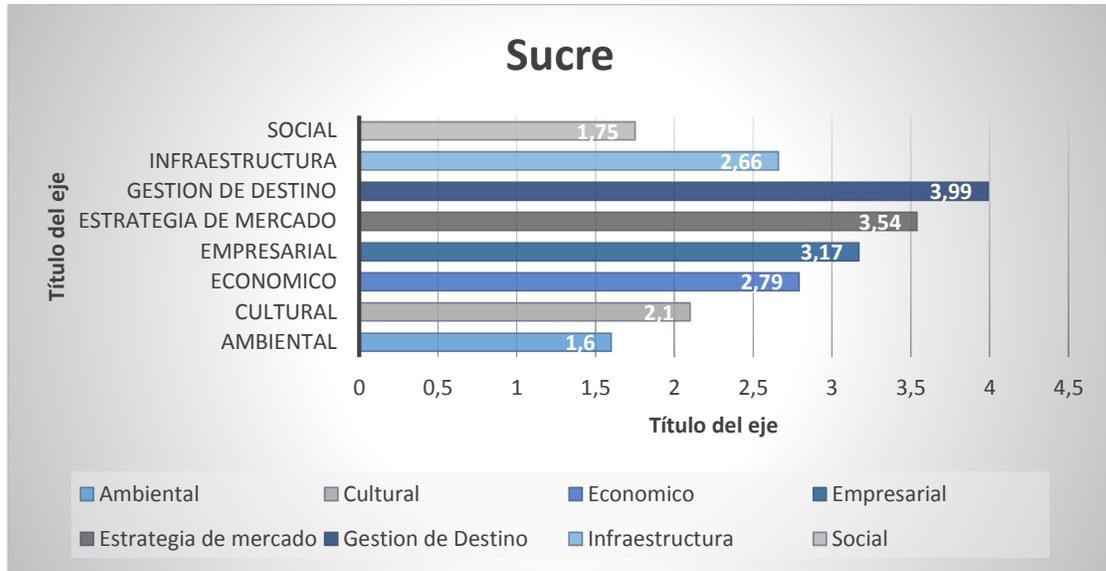


Figura 12. Departamento de Sucre

Fuente: Centro de Pensamiento turístico de Colombia. Creación

Capítulo 4: Diseñar una propuesta para la medir competitivamente los recursos turísticos de municipio de tolú y Coveñas y su aplicabilidad en la gestión de la actividad turística

10. Diseño propuesto para Santiago de Tolú y Coveñas

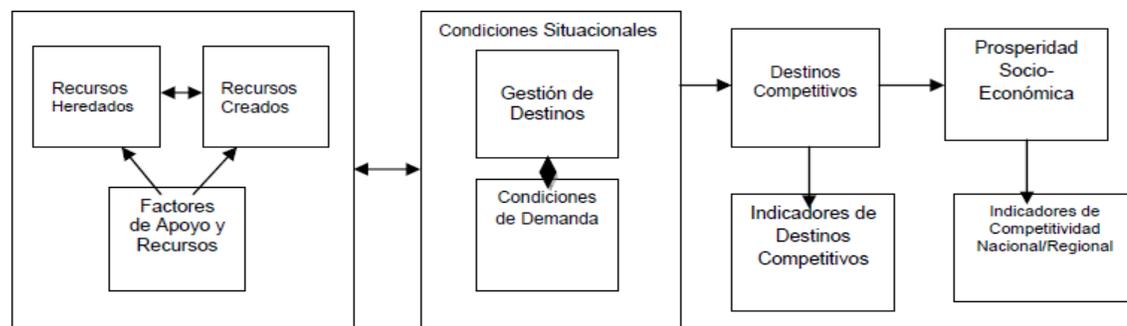
Según el modelo referente de Dwyer y Kim el proceso se agrupa en cuatro fases integrados elementos en doble vía y direcciones complementarias. El diseño propuesto parte de un horizonte soporte en que se fija las variables de la gestión turística para la competitividad local.

En la primera parte de este diseño propone integrar la visión competitiva del territorio con el desarrollo competitivo del mismo, es decir, busca la deconstrucción de lo que se entiende por turismo enfocado al mercado y centra el desarrollo de la actividad en los indicadores de competitividad fijado en la política sectorial en el Plan Sectorial de Turismo.

En la segunda parte se describe la entrada del proceso interno de crecimiento hacia la competitividad es decir y determina el paso de pasar de tener un recurso como ventaja comparativa a tener un producto turístico como fenómeno que integra e identifica una experiencia en la salida de proceso. En ese sentido, se hace evidente la secuencia lógica de pasar de recurso, atractivo, experiencia específica dentro del diseño del producto turístico y la vivencia de este.

En la tercera parte, se articula los indicadores de sostenibilidad con cada una de las dimensiones de la sostenibilidad y su relación con la parte del proceso, es decir, los indicadores de gestión ambiental se relacionan bidireccionalmente con los recursos naturales, el indicador económico se relaciona con atractivo y la puesta en valor de este, el indicador social con la participación del turista y nativo en la vivencia de la experiencia en el diseño del producto turístico. Lo anterior, tiene en cuenta las relaciones entre la planificación y la gestión competitiva

de los recursos, atractivos y producto en un proceso de encadenamiento lineal incentiva el reconocimiento y la valoración del territorio por parte de la comunidad local a llaves que generar competitividad en las empresas prestadoras de servicios en turística en el sector.



Fuente: Dwyer y Kim (2003)

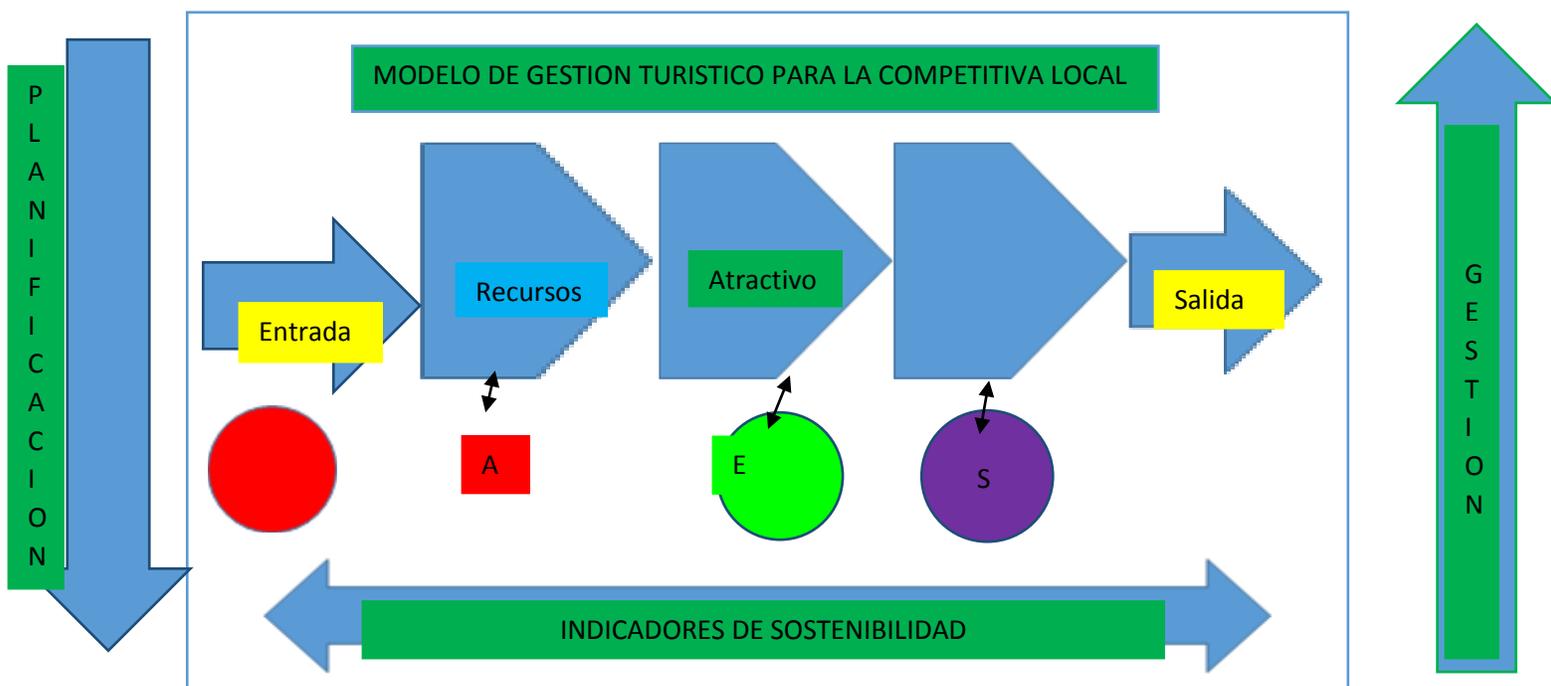


Figura 13. Modelo de gestión turística para la competitividad local.
Fuente: Grupo investigador, 2018.

El modelo propuesto busca replantear relación competitividad sostenibilidad, basado en una concepción que va de lo simple a lo complejo. En ese sentido se reevalúa el papel del

participante su rol en la sociedad y el desarrollo competitivo de un destino, es decir encuentra su papel en el territorio y se identifica como producto social de los roles de las otras personas. Por lo tanto, Se hace conciencia de las relaciones existentes entre las distintas esferas y actores que influyen en el devenir del espacio geográfico, de lo colectivo, de la influencia de cada uno como habitante de ese territorio y de la influencia que los demás tienen sobre cada una de las relaciones dialécticas entre el territorio y la comunidad.

Lo anterior hace evidentes el compartir la visión de las ventajas comparativas como las experiencias cotidianas, las historias, la adaptación al entorno como eje competitivo. En la formulación de la propuesta se fundamenta en un análisis conjunto de los principales elementos involucrados en la competitividad de un destino al igual que la situación de demanda y condiciones para generar a competitividad.

Esta propuesta para la competitividad local no trata de manera alguna de excluir las ventajas comparativas, sino de incluir en la actividad turística local del destino con características comunitaria los factores de la competitividad asociada a la sostenibilidad. Sin embargo, y sin desestimar la importancia de contar con recursos de alta jerarquía como los recursos heredados de naturaleza y cultura en ambos municipios, el valor agregado que le ha dado los recurso creados en la diferenciación de producto turístico hacia la construcción de la marca posibilita la diferencia entre destinos a lo largo de los demás municipios del Golfo de Morrosquillo

Otro aspecto importante se recoge en el modelo al establecer la relación directa con los indicadores de sostenibilidad, los cuales son importante en la estrategia de competitividad pues mejoran la eficiencia en el uso de los recursos, generan y distribuyen la riqueza en el destino. En este sentido el concepto de competitividad está asociado al concepto de productividad y con base en la perspectiva de sostenibilidad. Es decir, los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas como destinos turísticos no puede considerarse competitivo si sus rendimientos se obtienen degradando los recursos y acentuando la desigualdad y demás costos sociales, pues estaría sembrando la

semilla de su propia destrucción como sucede en la actualidad. De esta manera, es posible tener en cuenta el micro y macro entorno al igual que las ventajas comparativas y competitivas, los factores y sus efectos diferentes en el desempeño competitivo del destino turístico.

Lo anterior, permite aclarar el debate sobre los mecanismos y factores de generación, sostenimiento y apropiación de ventajas competitivas. En ese sentido, esta propuesta es pertinente porque considera la valoración de los factores de competitividad de destinos turísticos y su grado de influencia en la demanda no solo en la actividad turística sino también de otras actividades presente como la agropecuaria e industrial.

En cuanto al eje social y a la diferencia del modelo de competitividad global estudiado la propuesta presentada en esta investigación considera prioritariamente el indicador de sostenibilidad socio cultural en dos vías. La primera considera el papel del turista visitante y no solo se trata de desplazamiento de personas, pues al contrario se propone como estrategia competitiva tener una mayor heterogeneidad de consumidores o turistas y la segunda el papel de las personas que viven o trabajan en el destino teniendo en cuenta entornos medioambientales y socioculturales en que actúan y las relaciones que se establecen en la coordinación de las funciones en la prestación del servicio

Finalmente, la propuesta del modelo para la competitividad con enfoque local en planificación y gestión de un destino competitivo se define no solo a partir de conceptos desarrollados en la literatura y estudios sino por la operativización y la aplicación en el campo práctico de la actividad turística. En este sentido, el desarrollo del modelo propuesto es interesante en la medida que consigue medir la competitividad de destinos turísticos en vía de desarrollo como los mencionados en esta investigación

11. Conclusión

En síntesis, se hace imprescindible mencionar que los municipios de Tolu y Coveñas actualmente no han dado el salto hacia la competitividad, ya que según Porter, la competitividad surge cuando se hace el uso eficiente de los recursos, y en estos municipios se está haciendo lo contrario, es decir que se están consumiendo los recursos y se está impactando de forma negativa. Además las empresas que están dentro de la cadena de valor de también debe ser competitiva y generar valor, y si echamos un vistazo a las empresas en estos municipios, no tienen ninguno de estos factores, es por esto que solo se puede hacer una comparación de variables frente al modelo de competitividad global.

Se puede precisar que el turismo en Tolú y Coveñas, solo ha generado efectos negativos, ya que esta actividad se maneja sin ningún tipo de planificación, lo que hace que se dé de forma espontánea y con un control nulo. A esta falta de planificación también se le suma que hay poco conocimiento de mercado, falta de regulación, poco fomento empresarial y una falta de amor propio de sus habitantes. Asimismo problemas como la erosión de sus playas, la deficiencia en la cobertura de servicios públicos, entre otros, hacen que Tolú y Coveñas, estén lejos de ser un destino turístico, puesto que no cumplen con los indicadores de sostenibilidad que se necesitan para llegar a serlo.

En el indicador económico, siendo la actividad turística una de las principales fuentes de la economía de estos municipios, se encuentra una oferta turística desorganizada, siendo municipios potenciales en esta materia. La falta de control y regulación de la actividad turística, también genera un aumento desmesurado en los precios de los productos, lo que ocasiona un descontento en el turista, generando que este no vuelva a estos municipios.

En el indicador sociocultural, se ve gran afectación, puesto que en ambos municipios se ha dado una colonización de “paisas” lo que está afectando la cultura propia de estos municipios,

generando el deterioro de lo autóctono, en la parte gastronómica, de danzas, manifestaciones culturales, costumbres y tradiciones.

En el indicador ambiental, se puede observar un deterioro del ambiente, ya que no hay un control adecuado de las basuras, las playas erosionadas, la calidad del agua no es la mejor debido a que ha perdido su color natural y se ve turbia, además de la presencia de basuras en el fondo del mar.

En estos municipios el concepto de desarrollo sostenible de la actividad turística no se está aplicando, asimismo los indicadores de sostenibilidad tampoco. Es por esto que a través de esta investigación se generó una propuesta para realizar la medición de estas variables y de esta manera poder contribuir a un desarrollo sostenible de la actividad turística en estos municipios.

12. Recomendaciones

- Se debe rescatar el patrimonio cultural de ambos municipios, que la comunidad se empodere de su cultura para que transmitan al turista esta identidad característica de ellos. Para que, con sus costumbres y tradiciones, puedan enamorar al turista y fortalecer el turismo cultural.
- El patrimonio natural debe preservarse y conservarse. Asimismo, incluir a la comunidad local en proyectos integrales de ecoturismo, que estén bajo el direccionamiento de los conceptos de sostenibilidad ambiental.
- Estos municipios cuentan con muchas fortalezas en sus recursos heredados y creados, los cuales deben aprovecharse y revivirlos del mal estado en el que se encuentran.
- En el sector económico, se debe mejorar la calidad y el servicio de los establecimientos turísticos, a través de programas de capacitación y emprendimiento, que permitan ofrecer una mejor oferta turística a los visitantes.
- Utilizar las herramientas del marketing para generar una oferta diferenciadora que permita cambiar la imagen deteriorada que tienen estos municipios.
- La propuesta planteada para medir la competitividad de los recursos turísticos de estos municipios, es una estrategia para convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades, permitiendo que el municipio cuente con un sistema de indicadores de desarrollo sostenible para el turismo, y que éstos sean incluidos como un programa piloto en el próximo Plan de Desarrollo Municipal.
- Se deben integrar las estrategias planteadas, a fin de que esto permita que se ejerza una planificación municipal que permita revivir estos sitios turísticos, encaminándolos a convertirse en destinos competitivos.

Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Coveña. (2003). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Coveñas: Consultora.
- Agudelo, L. J., Grimaldo, J., y Hernández, L. (2011). *Análisis Estructural Financiero de la Micro y pequeña empresa, programa: Segmento Mi negocio*. Bogotá.
- Acselrad, H. (2008). *Cartografiassociais e território*. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional.
- Agudelo, L. J., Grimaldo Patarroyo, J. H., y Hernández Alba, L. D. (Noviembre de 2011). *Análisis Estructural Financiero de la Micro y pequeña empresa, programa: Segmento Mi negocio*. Bogotá.
- Alburquerque, F. (2009). *Metodología para el desarrollo económico local*. País Vasco: Del Castillo.
- Alcaldía Municipal Santiago de Tolú. (2000). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Santiago de Tolu: Secretaria de Planeación.
- Alcaldía de Coveña. (2003). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Coveñas: Consultora.
- Alcaldía de Coveñas. (2014). *Plan de Gestión Ambiental Municipal*. Coveñas.
- Alcaldía Municipal de Santiago de Tolú. (2015). *Información general*. Recuperado de http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml. Recuperado el 10 de 06 de 2016, de http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Almeida, c. (2013). *Diagnóstico para el diseño de una ruta de turismo de aventura en el Cantón Rumiñahu*. Quito: Pontificia Universidad Católica de Ecuador.
- Acselrad, H. (2008). *Cartografiassociais e território*. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional.
- Baños, P.y Jiménez, F. (2012). *Propuestas de un modelo de competitividad de destinos turísticos*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 977-975.
- Barquero, A. V. (2000). *Desarrollo económico local y descentralización: una aproximación conceptual*. Santiago de Chile.: CEPAL.
- Barbini, B. (2013). *El turismo y os nuevos paradigmas educativos*. La plata: UNTDF.

- Barroso Gonzalez, M., y Florez Ruiz, D. (2006). *La competitividad internacional de los destinos turísticos: una revisión del enfoque macroeconómico basado en la ventaja comparativa*. Cuadernos de turismo, 7-24.
- Bassols, M. (2013). *Gobernanza. Teoría y prácticas colectivas*. Frontera norte. pp. 3-4.
- Blanco, M. R. (1992). *Teoriageneral del turismo*. Mexico: Diana.
- Bosch Campubrí, R., Lluís Pujol, M., Serra Cabado, J., y Vallespinos Riera, F. (1998). *Turismo y medio Ambiente*. Centro de Estudios Ramon Areces.
- Buelvas, C., y Rojas, S. C. (2015). *Análisis socioeconómico y potencialidades ecoturísticas en la ciénaga la caimanera*. Desarrollo gerencial., 7(1).
- Cabria, B. (2004). *La competitividad del sector turístico*. Boletineconomico Banco de España, 1-18.
- Cacciutto, M., Corbo, Y., Barbini, B., y Castellucci, D. (2013). *El Turismo y los nuevos paradigmas educativos*. La plata: UNTDF.
- Canalis, X. (2015). *Tendencias turismo*. Recuperado de <https://tendenciasturismo.com/2015/06/04/ranking-de-los-destinos-turisticos-mas-competitivos-del-mundo/>
- Castro, G. S. (2014). *Cartografía social y producción*. Colectiva. Bogota: Universidad Nacional.
- Centro de Pensamiento Turístico- Colombia. (2017). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia- ICTRC*. Bogotá.
- Coen, A. (2006). *De sostenibilidad y sustentabilidad*. Madrid: Correo del Maestro.
- Cortez, M., y Vergara, H. (2009). *Sucre paraíso sin descubrir plan de mercadeo para promocionar determinadas áreas del departamento y así contribuir con su desarrollo*. Revista de Cultura y turismo - CULTUR. (05 de 11 de 2015). *Cultura turismo*. Recuperado de [www./revistas/culturaeturismo/](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/): <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/>
- Departamento de Planeación Nacional. (2007). *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad*. Bogotá: Apuesta productiva turismo.

- Díaz, B., y Márquez, B. (2016). *Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos*. RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo, 6(1), 5-17.
- Diéguez, C. I. (2015). *Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Cultur, 109 -112.
- Centro de Investigación Oceanográficas e Hidrogeoficas (2018.). *Institución*. DIMAR. www.cioh.org.co. Recuperado el 23 de 7 de 2016
- Dwyer, L., y Kim, C. (2007). *Destination competitiveness: A model AMD determinant*. Turismo Net Biblioteca de estudios empresariales, 1-12.
- Escobar, A. (1998). *La invención del tercer mundo Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caraca: Fundación Editorial.
- Escobar, A. (1996). *La invención del tercer mundo construcción y deconstrucción del desarrollo*. Santa fé de Bogotá: Norma.
- Escobar, A. (2015). *Sentir pensar con la tierra nuevas lecturas sobre desarrollo y territorio y diferencias*. Medellín: Unaula.
- Gobernación de Sucre. (2001). *“Plan Estratégico De Desarrollo Turístico De Sucre”*. Sincelejo: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Gobernación de Sucre. (2012). *Plan Departamental de Desarrollo de Sucre 2012–2015*. “Acciones Claras Para Dejar Huellas”. Sincelejo.
- Gomez, A. H. (2003). *Planes Estratégico con Base al desarrollo endógeno*. Mexico: Futurelx.
- Harley, J. (2001). *Silencios y gramática del poder en la cartografía*. Brasilia: scielo.org.
- Jiménez, J. M. (2004). *El proceso analítico Jerárquico (AHP) Fundamentos, Metodologías y Aplicaciones*. Universidad Zaragoza.
- Lotero, C. J. (2008). *Política pública en territorios rurales*. Bogotá: Cuaderno de desarrollo rural.
- Madoery, O. (1999). *Cinco interrogantes del desarrollo endógeno*. Barcelona: Diana.
- Mercado, T., Pacheco, C., y Rojas, C. (2016). *Estructura empresarial del sector turístico en los municipios de Tolú y Coveñas*. Desarrollo gerencial., 7(2), 136-152.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (20 de abril de 2016). *Plan de Acción Ruta Competitiva Turismo Vacacional Sucre*. Sucre, Colombia.
- Morales, D. (2016). *Tejiendo el territorio lineamiento para la construcción del turismo desde lo local*. Bogotá: Universidad Externado.
- Municipio de Coveñas. (2014). *Resolución 0310 de 2014*. Coveñas, Sucre.
- Negrete, B., Hernández, I., y Achondo, L. (2015). *Valoración de los agentes turísticos estratégicos del destino: el branding y marca en Hermosillo, Sonora*. El Periplo Sustentable, 28, 6-30.
- Observatorio del Caribe Colombiano. (2013). *Plan prospectivo y Estratégico de La Región Caribe Colombiana*. Colombia.
- Ochoa, F. (2016). *Tejiendo Territorio Lineamiento para la construcción del turismo desde lo local*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *Indicadores para el desarrollo sostenible en destinos turísticos*. Madrid: OMT.
- Organizaciones Solidarias. (2015). *Ficha Sucre*. Bogotá.
- Osorio, G. M. (2006). *Planificación Turística enfoques y modelos*. Quivera, 291 - 315.
- Pino, L. E. (2013). *La dimensión de la universidad en el siglo XIX*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Plan De Desarrollo Municipal. (2015). *Unidos es el Camino*. Coveñas: Consultora.
- Plan de Desarrollo Municipal. (2008). *Para Volver a Creer*. Santiago de Tolu: Consultores asociados.
- CITUR. (2011). *Plan estratégico de turismo en Sucre*. Recuperado de http://citur.linktic.com/upload/publications/documentos/184.Plan_Estrategico_de_Turismo_de_Sucre.pdf
- Pulloquinga, M. (2017). *Turismo rural como estrategia de desarrollo local*. Ecuador: Escuela Superior Politecnica.
- Ritchie, G., y Crouch, J. (1999). *Turismo competitivo en sociedades prosperas*. Journal of Business Research, 137- 152.

- Ritchie, J., y Crouch, G. (2003). *The competitive destination*. Houston: Wallingford: CAB International.
- Rivero, J., Pulido, F., y Sánchez, M. (2009). *Measuring tourism sustainability: Proposal for a composite index*. *Tourism Economics*, 277-296.
- Ruiz, D. F. (2008). *Competitividad sostenible de los eennpp como destinos turísticos*.
- Sánchez, C. C. (2015). *Crecimiento Económico y Competitividad Turística: Una aplicación empírica a los países de la OMT*. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Sancho, A., y García, G. (2011). *¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos*. *Revista de análisis turístico*.
- Santana, J., Laure, A., y Guerra, A. (2014). *Turismo*. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. M. Ramos, V. Aguilera., (eds.). Ci. Universidad de Guadalajara, 12.
- Secretaría de Desarrollo Social. (2008). *Diagnóstico Social Situacional*. Santiago de Tolú.
- Varzin, R. (2008). www.scielo.br. Recuperado de <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2005-aps-2911.pdf>
- Villarraga Amaya, E. (marzo de 2012). *Planificación para la sostenibilidad de la actividad turística en el municipio Santiago de Tolú, Departamento de Sucre*. Colombia.
- Entorno turístico. (2018). *La competitividad de los destinos turísticos*. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/la-competitividad-los-destinos-turisticos/>
- UNICAFAM. (2017). *Índice de competitividad*. Recuperado de <http://www.unicafam.edu.co/index.php/noticias/386-cotelco-y-unicafam-presentan-el-indice-de-competitividad>