

**Algunas Consideraciones Sobre La Medición De La Competitividad De
Destinos Turísticos**

Some Considerations About Competitiveness Measure In Tourism Destinations

AUTORES: Pablo Aníbal Torres Matovelle

Docente de la Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito - Ecuador

Dirección postal: Burgeois N34-102 y Rumipamba. Quito – Ecuador

Código Postal: 170521

E mail: tmpa2948@ute.edu.ec

Dr.C. Manuel Marrero Marrero

Profesor Invitado de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ambato – Ecuador

E- mail: julioamilcar2013@gmail.com

RESUMEN:

Durante las últimas décadas, el crecimiento de los flujos turísticos ha venido aparejado de un incremento en el número de destinos, situación que ha favorecido un ambiente de mayor competitividad. En un escenario afectado por profundos cambios estructurales derivados de la globalización y liberalización de la economía, las empresas y organizaciones involucradas en el sector turístico han destacado el valor de mejorar su capacidad para obtener beneficios y mantenerlos en circunstancias cambiantes.

Siendo éste un ámbito donde confluyen los intereses de una multitud de actores (empresarios, gobernantes, técnicos, residentes y turistas) a escala global, la tecnociencia ha volcado su interés al tratamiento de la competitividad desde diferentes ángulos, sin embargo de ello, la competitividad continua siendo un concepto en construcción. Esta investigación tiene como objetivo analizar precisamente la contribución de la ciencia al estudio de la competitividad de los destinos turísticos.

PALABRAS CLAVE: Ciudad patrimonio mundial, competitividad, destino turístico

SUMMARY:

Over the past decades, growth in tourist flows has been prepared of an increase in the number of destinations, and this has fostered a more competitive environment. In a scenario affected by deep structural changes resulting from globalization and liberalization of the economy, companies and organizations involved in the tourism sector have highlighted the value of improving their ability to make profits and keep on changing circumstances.

Since this is an area where the interests of a multitude of actors (entrepreneurs, leaders, technicians, residents and tourists) come together on a global scale, techno-science has paid great attention to the treatment of competitiveness from different angles. But this, the continued competitiveness being a concept under construction. In this sense this research is just to analyze the contribution of science to the study of the competitiveness of tourism.

PASS WORDS: World Heritage City, competitiveness, tourism destination.

INTRODUCCIÓN:

En el presente estudio se aborda un tema de singular importancia en el mundo de hoy acerca de la competitividad de los destinos turísticos dado el propio desarrollo alcanzado en la actividad turística a nivel mundial, esto conlleva a que se realice una medición del nivel de competitividad que alcance cualquiera de estos destinos turísticos, para el logro de esto, se realizó una minuciosa búsqueda bibliográfica de diversos autores, que desde sus puntos de vistas tratan este problema analizado. Lo anterior nos muestra la importancia que tiene para cualquier territorio buscar las vías para alcanzar los niveles de competitividad de los destinos turísticos y su posicionamiento en un mercado cada vez más competitivo.

En el trabajo se plantean criterios importantes de diversos autores que abordan diferentes modelos en relación a esta problemática desde diferentes ópticas que contemplan el tener en cuenta la problemática ambiental, sostenible y que sustentan ventajas competitivas para su existencia en el mercado

MÉTODOS:

La metodología de investigación utilizada fue de carácter bibliográfica. El procedimiento partió por la identificación del objetivo de investigación centrado en el análisis de la contribución de la ciencia al estudio de la competitividad de destinos turísticos. A continuación se identificaron las fuentes a través de consultas en bibliotecas universitarias de la ciudad de Quito y la investigación en línea mediante buscadores especializados como google académico y bases de datos científicas como e-library, e-libro, Gale, EBSCO, Springer, entre otras. Las fuentes fueron seleccionadas de acuerdo con los siguientes criterios: pertinencia, exhaustividad, actualidad y notoriedad. Posteriormente se sistematizó y sintetizó la información colectada para proceder a realizar el análisis integral de contenidos y la interpretación de resultados.

RESULTADOS:

La competitividad en el sector turístico actual

Algunas cifras expresadas por la Organización Mundial del Turismo (2013)¹⁹ que permiten comprender la importancia de la actividad turística como fenómeno global, dan cuenta que el turismo ha generado para el año 2012 el 9% del PIB mundial (efecto directo, indirecto e inducido), registrando alrededor de 1,3 billones de dólares en las exportaciones del planeta. En el mismo sentido menciona que durante las últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento del mundo y que a pesar de ocasionales conmociones, las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido – desde los 25 millones en 1950 hasta los 1.035 millones en 2012.

El fenómeno de diversificación de la oferta de destinos a nivel mundial y la reorientación de los flujos turísticos hacia nuevos destinos en naciones en desarrollo, denominados emergentes, ha estado sumamente influenciados por los avances en las tecnologías, que en gran medida han contribuido a su visibilización en el mercado.

El incremento de nuevos destinos que compiten en el mercado del turismo es causa de que en los años recientes, la competitividad haya llegado a ser uno de los conceptos comúnmente empleados para abordar y describir el desarrollo de la industria de los viajes y el turismo. Dada la situación de la economía global, la atención de las organizaciones turísticas y destinos ha girado de la simple atracción de más turistas a la creación de destinos turísticos más competitivos (Balan, et al. 2009)². Como lo afirman Echter y Ritchie (2003)¹² la competitividad de un destino turístico y generalmente de toda la industria del turismo, ha llegado a ser vital para su supervivencia y crecimiento en el mercado internacional. En los años 1950, los mayores quince destinos turísticos atraían el 98% del flujo mundial de turistas, sesenta años después el porcentaje ha decrecido al 57% (UNWTO, 2008)²⁵.

En el escenario actual del turismo, los cambios en los valores y el comportamiento del consumidor son las fuerzas dominantes. La búsqueda de experiencias de viaje únicas y la naturaleza independiente de los nuevos turistas está generando una demanda por mayor calidad, mejor relación precio – valor y más flexibilidad en la experiencia del viaje. A la luz de los avances tecnológicos en la transportación, el turista actual puede acceder a casi cualquier parte del mundo a precios cada vez más atractivos. La revolución de las telecomunicaciones y el uso de internet ha provocado que el enfoque de la cadena de valor del proceso de prestación del servicio turístico se haya ampliado pues ya no se consideran exclusivamente las actuaciones del turista en el destino, sino además aquellas que inician desde el momento en que el posible y futuro consumidor empieza la búsqueda de información sobre el producto hasta el servicio post venta.

Sobre esta realidad, cualquier país que se plantee usufructuar del turismo, está irremediamente obligado a incorporar una agenda turística basada en la competitividad y es un hecho que el desarrollo de ventajas competitivas es tan importante para la industria turística como para el gobierno y la academia. Pero además, tan importante como eso, es ampliar el enfoque de competitividad a otras dimensiones ya que se ha absolutizado el valor económico del turismo como consecuencia medible y visible dejando ocultos los efectos no económicos provocados por el turismo a nivel sociocultural y ambiental.

Al respecto, González (2006)¹⁵ destaca que los impactos sociales que esta actividad genera ejercen presiones en diferentes esferas de la vida humana ya que el turismo es un agente de influencias sociales en la doble dirección turista-población residente. Esto lleva a la reflexión de que la búsqueda de competitividad en un destino turístico no puede concentrar únicamente aquellos aspectos que tienen impacto sobre la dimensión económica y soslayar su incidencia sobre cambios de tipo sociocultural (estructura y composición demográfica, distribución de la población, estructura funcional de los

asentamientos de población, comportamientos individuales y colectivos, relaciones familiares y sociales, sistemas de valores, patrones y niveles de consumo, entre otros) y de tipo ambiental (estructura vertical de los sistemas naturales, estabilidad e integridad de los sistemas naturales y su capacidad auto regulatoria y auto compensatoria, entre otros).

No puede olvidarse que el medio donde se desenvuelve el turismo forma parte de la experiencia perseguida por el turista a través de la compra de un producto y en ese sentido se puede ser turísticamente competitivo si el espacio socio físico donde se produce la experiencia, cuenta con atributos apreciables por el visitante y por supuesto la población residente. A diferencia de otros sectores productivos, un hecho de enorme trascendencia para la determinación del éxito en la actividad turística es que productores y consumidores coinciden en el tiempo y en el espacio. De allí que los gestores de un destino turístico competitivo deban lograr la armonización de los intereses de dos tipos de clientes: el cliente externo o consumidor final (excursionista o turista) y el cliente interno (miembros de la industria turística local y residentes locales no implicados directamente en la industria turística).

El estudio de la competitividad turística

La competitividad ha sido ampliamente investigada desde la revolución del comercio internacional derivada de la publicación de Adam Smith “La Riqueza de las Naciones”, en 1776 y se puede decir que el momento de mayor dinamismo a partir del cual existe un antes y un después, constituye el apareamiento del modelo de diamante de Porter. Sin embargo de ello como lo refiere Hong (2008)¹⁸ no sorprende el hecho de que no exista aún una definición estandarizada de la competitividad o una aproximación estructural para entenderla.

Entre las principales definiciones para competitividad que se han formulado en la literatura especializada, se recogen a continuación las siguientes:

- “La competitividad viene determinada por el crecimiento de la productividad; una economía competitiva es aquella que experimenta un crecimiento elevado y sostenido de productividad, lo que conduce a un aumento de los niveles de vida” (Comisión Europea, 2003)⁶.
- “La competitividad surge de la productividad con la que las empresas emplean en una ubicación esos factores (...mano de obra, capital y recursos naturales) para producir bienes y servicios valiosos” (Porter, 2003)²¹.
- Competitividad es el grado en que una nación puede, bajo condiciones de libertad e igualdad de mercado, producir bienes y servicios que satisfagan las exigencias de los mercados internacionales al tiempo que mantiene o incrementa los ingresos reales de sus ciudadanos”. (Informe del presidente de la Comisión sobre competitividad del Reino Unido, 1985; Informe de la OCDE sobre Competitividad Mundial, París 1997, citado por Osorio, 2005)²⁰.

Como puede verse éstas las definiciones tienen diversos matices y enfoques que dan la pauta de una aproximación pero no de un consenso entre autores.

Un aspecto fundamental para entender la competitividad aplicada al sector turístico es la unidad de análisis que en este caso es el destino turístico. El mismo es definido por Ejarque (2005)¹³ como “un territorio que con una marca, un precio y un sitio en el mercado, mantiene durante gran parte del año un flujo de visitantes y de turistas lo suficientemente numeroso como para convertir a la actividad turística en una de las bases esenciales de su economía”. Esto permite precisar que el turismo resulta en un macro-producto generador de experiencias, el cual se desarrolla sobre un espacio físico cuyo entorno territorial natural y cultural forma parte del mismo. Esa particularidad determina que el estudio de la competitividad turística sea mejor enfocado desde la perspectiva del destino en lugar que la del sector, puesto que la competencia realmente sucede entre destinos. Para Quintero et al (2005)²² es reciente el desarrollo de modelos de competitividad para destinos turísticos en los cuales se hace evidente el esfuerzo por captar de manera más integral las relaciones entre los factores, y en ese esfuerzo, considerar elementos del entorno como parte del producto diferenciándolos de los factores micro y macro del entorno competitivo, que por supuesto también son incluidos.

Varios autores como Dwyer, Forsyth y Rao (2000)¹⁰; (Hong, 2008)¹⁸, han escrito sobre la utilidad que representa para la industria y el gobierno, el entender donde la posición competitiva de un país es débil y fuerte para resistir la presión de la competencia global, para cual debe entenderse cómo medir y alcanzar competitividad, sin embargo, es allí donde comienzan las incertidumbres. Como lo refiere Osorio (2005)²⁰ es imperativo partir por comprender “qué se quiere significar exactamente cuándo se dice que un destino turístico ha perdido competitividad”. Hassen (2000)¹⁷ por ejemplo define a la competitividad como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores”. Crouch y Ritchie (2000)⁷ la definen como “la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre ellos en un modelo económico y social”.

De las definiciones expuestas, saltan a la vista dos aspectos importantes. En primer lugar se la visualiza a la competitividad como un fenómeno complejo, dinámico, multidimensional, no observable directamente y difícil de medir. En segundo lugar puede notarse una evolución desde un enfoque puramente economicista, a un enfoque más amplio que integra las variables sociedad y sostenibilidad. Esto constituye un buen avance teórico desde el punto de vista del aporte de la tecnociencia a la sociedad pues permite llevar a la competitividad a un plano de valor social, ambiental y no estrictamente empresarial. Los esfuerzos del conocimiento aplicado han ido más allá de la conceptualización y han profundizado en el desarrollo de modelos que permitan ampliar la comprensión de la competitividad de

destinos turísticos. Los modelos de mayor trascendencia tanto por su aceptación como por su alcance y profundidad se describen a continuación en la tabla 1.

Tabla1. Modelos de competitividad de destinos turísticos reconocidos

Modelo	Descripción
Monitor de Competitividad (World Travel and Tourism Council)	Mide la competitividad a partir de los datos que publican anualmente el Banco Mundial y Naciones Unidas, estableciendo ocho apartados ponderados que determinan un índice: tecnología, indicador social, indicador humano, precio, grado de apertura, infraestructura, indicador de turismo, indicador medioambiental.
El Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (Travel and Tourism Competitiveness Index)	Como el monitor, mide la competitividad a nivel de países. Preparado por el Foro Económico Mundial, se sustenta en 13 variables a saber: políticas y regulaciones, sostenibilidad medioambiental, seguridad ciudadana, salud e higiene, prioridad para el sector turismo, infraestructura del transporte aéreo, infraestructura del transporte terrestre, infraestructura de turismo, infraestructura informática y de comunicaciones, competitividad del precios, turísticos, recursos humanos, afinidad, percepción social del turismo, recursos culturales y recursos naturales.
Integrado (Dwyer y Kim, 2003)	Integra tres tipos de recursos: heredados, creados y de soporte, los cuáles conforman los principales determinantes del éxito del destino turístico y la base de su competitividad. Además de por los recursos, está compuesto por condiciones situacionales, gestión del destino y demanda. El conjunto de estos factores y su interrelación conducen a alcanzar la competitividad de los destinos turísticos, cuyo objetivo final es mejorar el nivel de vida y de bienestar de los residentes.
Calgary (Croutch y Ritchie, 1999)	Es considerado el trabajo más importante hasta ahora escrito en el análisis de la competitividad turística de destinos. Afirman que el destino más competitivo es aquel que sobre una base de sostenibilidad, produce el mejor estilo de vida y prosperidad social. Este modelo plantea cinco dimensiones: determinantes condicionantes y amplificaciones; políticas de destino, planificación y desarrollo; administración/dirección de destinos; recursos centrales y atractivos; factores de soportes y recursos.

La necesidad de innovación en la medida de la competitividad turística en destinos de alta singularidad como las ciudades patrimonio mundial

Varios autores (Flores y Barroso, 2009; Garau, 2006) citados por Diéguez, et al. (2011)⁹, consideran que ninguno de los modelos de competitividad de destinos turísticos expuestos anteriormente es aplicado preferentemente para estudios relativos a esta temática. Más allá de ello, varios investigadores objetan en ellos aspectos estructurales y de aplicabilidad como por ejemplo Balan, et al., (2009)² quienes consideran que aunque existen factores considerados por la mayoría de autores en la literatura de competitividad turística, la ciencia no ha encontrado acuerdo para un único set de pilares a considerar al momento de medirla. Para Sánchez (2006)²³ tampoco existe unanimidad acerca de que indicadores deben emplearse para cuantificar la competitividad de los destinos turísticos. Alonso (2009)¹ explica que cuando se intenta evaluar competitividad es habitual que se tiendan a considerar importantes un sinnúmero de factores, aunque en realidad es solo sobre unos cuantos, los críticos o esenciales, donde residen básicamente las mayores opciones de éxito competitivo siendo, por tanto, sobre los que se debe centrar y enfocar la atención y los recursos.

Para Garau (2006)¹⁴ los modelos conceptuales de Crouch&Ritchie y Dwyer& Kim exponen un elevado número de factores determinantes de la competitividad, pero no se jerarquizan ni se ponderan en función de su relevancia. En algunos modelos teóricos no se citan indicadores que permitan medir las diferentes variables que se presentan en los mismos. Además, en la práctica muchos de los factores considerados como esenciales para la competitividad de los destinos no se pueden usar por ausencia de indicadores útiles y comparables entre los diferentes destinos, y en ocasiones, los factores son abstractos o intangibles por lo que son de difícil medición cuantitativa. Diéguez, I., et al. (2011)⁹ coincide y considera además que en la práctica muchos destinos no poseen bases de datos ni indicadores para valorar todos los factores.

De lo anterior se puede afirmar que si bien se visualiza un avance teórico importante dado por la incorporación de factores que buscan el alineamiento al paradigma del desarrollo humano sostenible, se hacen evidentes varias debilidades a la hora de contrastar los modelos de manera empírica. Esas limitaciones se hacen especialmente tangibles a la hora de aplicar un modelo de carácter genérico, a un destino turístico de características muy particulares como es la ciudad patrimonio cultural de la humanidad.

La ciudad patrimonio mundial ostenta una condición singular en el hecho de constituir un centro de desarrollo urbano, fuente de identidad cultural, destino turístico y además un sitio de valor histórico excepcional. Chias (2005)⁵ haciendo referencia a sus investigaciones en materia de turismo cultural, menciona el poder de atracción de los grandes mitos culturales representados sobre todo por los Centros Históricos, cuyo valor está cargado de autenticidad y es allí donde a su criterio, radica la base de un turismo sostenible. La autenticidad de una ciudad patrimonial es sensible a varios peligros derivados de

una gestión equivocada y sus efectos por tanto repercuten en su competitividad. Estos peligros de acuerdo con Romero (2001) citado por Guzmán (2008)¹⁶ son:

- Degradación: abandono físico de sectores o barrios de la ciudad por envejecimiento de la población, deterioro de la edificación, infravivienda, deficiente infraestructura urbana, ausencia de servicios y marginalidad.
- Tercerización: proceso por el cual los centros urbanos que fueron residenciales o multifuncionales en otro tiempo, por su centralidad, acaban destinados para uso exclusivo del sector servicios: comercios, restaurantes, edificios públicos y oficinas.
- Gentrificación (aburguesamiento): la sustitución de la población residente tradicional, de composición social diversa, por otra con un perfil más uniforme y alto poder adquisitivo.
- Canalización: resultado del turismo, al concentrar y especializar sectores de la ciudad en esta actividad. Es una forma de terciarización de gran impacto paisajístico, que favorece nuevas arquitecturas historicistas, falsos decorados, tiendas de recuerdos de baja calidad, restaurantes con publicidad agresiva, masificación turística, etc.

Un objetivo fundamental de la gestión del patrimonio consiste en comunicar su significado y la necesidad de su conservación tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes. La Carta de Turismo Cultural de ICOMOS (1999) reafirma la oportunidad y consigna de que por medio del turismo el patrimonio debe aportar beneficios a la comunidad receptora de visitantes. La carta resalta seis principios fundamentales que llevan a comprender la necesidad de evaluar la distribución de los costos y beneficios de la actividad turística entre los distintos actores: sociales, públicos y privados; así como en el beneficio y riesgo para los sitios patrimoniales. Para Castellanos y Machuca (2008) citados por Delgadillo (2009)⁸, las evidencias indican que varios programas de aprovechamiento turístico del patrimonio cultural y natural profundizan la inequidad y la desigualdad social; y que en algunos casos se despoja de sus recursos naturales y culturales a las comunidades locales, quienes son vistas como obstáculo para el desarrollo del turismo.

Como lo refieren Troitiño y Nieves (2007)²⁴ sobre la experiencia del Grupo de Investigación de Turismo y Patrimonio de la Universidad de Valencia: “apenas estamos asistiendo a los primeros atisbos de cambio tendientes hacia la búsqueda de modelos de gestión más sostenibles” y las dificultades son grandes en los destinos a la hora de dotarse de una infraestructura de gestión que supere la disociación entre gestión turística, gestión cultural y gestión urbanístico – territorial.

En la ciudad, la competitividad no solo es un imponderable sino un enorme desafío para las próximas décadas. Para evidenciarlo es oportuno tomar en cuenta algunas estimaciones que arroja el estudio de tendencias mundiales y el futuro de Latinoamérica preparado para la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) por Sergio Bitar (2014)³ y que se exponen a continuación:

- Hacia 2030, más de un 80% de la población mundial vivirá en ciudades. Ese año, la población urbana de América Latina superará el 90%, lo que la convertirá en la región de mayor concentración urbana del planeta.
- Para 2025, las 600 mayores ciudades del mundo acogerán a 2.000 millones de habitantes, cerca del 25% de la población mundial, y generarán más del 60% del producto mundial. De este grupo de ciudades, 8 serán latinoamericanas.
- En el futuro, se intensificará la competencia entre urbes. Es en las ciudades, no en polos regionales como se pensaba antes, donde se concentrará la fuerza del crecimiento, la innovación y la calidad de vida.
- Debido a la contracción del tamaño de la familia, el crecimiento de las ciudades no declinará a pesar de la disminución del crecimiento poblacional.

Todo indica que las ciudades en general y aquellas que son patrimonio mundial, en el futuro estarán abocadas a ser altamente competitivas, ponderando su contribución al afirmamiento de las capacidades de la sociedad para ampliar y sostener el escenario de sus posibles opciones futuras.

DISCUSIÓN:

En relación a lo afirmado, el desarrollo turístico de un destino pasa de manera inevitable por la búsqueda y puesta en marcha de estrategias para su competitividad. La competitividad no puede concebirse actualmente sin una base de sostenibilidad y desarrollo humano. Esta condición es determinante para cualquier destino turístico y con mayor razón para aquellos destinos que constituyen legados para la humanidad como es el caso de las ciudades patrimonio mundial.

Si bien en la actualidad los expertos han aportado a los gestores de destinos turísticos, modelos conceptuales para entender la competitividad turística, es necesario ir más allá en la investigación para verificar y ponderar las dimensiones y atributos genéricos planteados, en destinos turísticos particulares, especialmente aquellos que constituyen sitios de patrimonio mundial y adicionalmente, proponer procedimiento alineando sus indicadores al paradigma del desarrollo humano sostenible y los marcos de gestión específicos de cada sitio.

CONCLUSIONES:

La articulación de nuevos destinos turísticos a escala global es causa de que la competitividad como estrategia haya llegado a ser hoy en día uno de los conceptos comúnmente empleados para abordar y describir el desarrollo de la industria de los viajes y el turismo. Prácticamente puede decirse que no hay destino turístico en el planeta que no esté abocado a ser competitivo para evitar su extinción en los mercados. En el afán de lograr ventajas competitivas, los destinos invierten ingentes recursos en mejoras a todo nivel, aprovechando los adelantos tecnológicos que ofrece el mundo actual en todos los campos,

desde infraestructuras y equipamientos hasta modelos organizativos y procedimientos financieros, descuidando el hecho de que esa escalada de competitividad generalmente acentúa los problemas sociales y ambientales. A la par, los investigadores han procurado contribuir a la comprensión de la competitividad y anclarla a la dimensión del desarrollo humano sostenible, aceptando la necesidad de imponer fronteras entre el saber/hacer cómo valor y el saber/hacer cómo mercancía para reconstruir una malentendida noción de progreso que pone en riesgo la sobrevivencia física del mundo.

En esta tarea han surgido numerosos modelos de competitividad que buscan la integración de los enfoques de sostenibilidad y desarrollo humano en el campo del turismo. Si bien esto constituye un importante avance, aún los expertos coinciden en que falta desarrollar tecnología entendida como procedimiento, para medir la competitividad a nivel de destinos específicos. Las debilidades encontradas se hacen especialmente tangibles a la hora de aplicar un modelo como los desarrollados, que tienen un carácter genérico, a un destino turístico de características muy particulares como es la ciudad patrimonio cultural de la humanidad.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS:

- 1.- Alonso, V. (2009). Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. Revista Estudios y Perspectivas en Turismo, volumen 19. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.
- 2.-Balan, D., Balaure, V., Veghes, C. (2009). Travel and tourism competitiveness of the world's top tourism destinations: an exploratory assessment. AnnalesUniversitatisApulensis, Series Oeconomica.
- 3.- Bitar, Sergio. (2014). Las tendencias mundiales y el futuro de América Latina. SerieGestiónPública N° 78. NacionesUnidas - CEPAL
- 4.-Buhails,D .(2000) . Marketing the Competitive destination of the futur Tourism, Managment no 21 Pp 97 -116
- 5.- Chias, Josep. (2005). El turismo de ciudad: Desarrollo y marketing turístico de ciudades (basado en el libro "El negocio de la felicidad" publicado por Prentice Hall) Barcelona
- 6.- Comisión de las Comunidades Europeas (2003) Algunas cuestiones clave de la competitividad en Europa: hacia un enfoque integrado. Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo COM (2003) 74 final, 21 de Noviembre de 2003, Bruselas.
- 7.-Crouch, G. y Ritchie, J. (2000) The competitive destination: A sustainable perspective", Tourism management,

- 8.- Delgadillo, V. (2009). Patrimonio urbano y turismo cultural en la ciudad de México: Las Chinampas de Xochimilco y el Centro Histórico. *Andamios*, N° 12, vol 6.
- 9.- Diéguez, I., et al. (2011) Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de cultura y turismo CULTUR*, año 05 – n° 2 – agosto 2011.
- 10.- Dwyer L, Forsyth P, Rao P (2000) The price competitiveness of travel and tourism. A comparison of 19 destinations. *Tourism Management*
- 11.-Dwyer, L. y Kim, C. (2003) Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues en Tourism*, 6, N° 5.
- 12.-Echtner, C.M., Ritchie, J.R.B., (2003). The meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of TourismStudies*, Vol. 14, N° 1
- 13.- Ejarque, J. (2005) *Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing*, Pirámide, Madrid.
- 14.- Garau, J. (2006): "Propuesta de dos índices para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda". XV Simposio Internacional de turismo y ocio, ESADE-Fira Barcelona, 3 de mayo de 2006.
- 15.- González, M. (2006) *Gestión ambiental de los impactos del turismo en espacios geográficos sensibles*. Ediciones Abya-Yala. Quito
- 16.- Guzmán, L. (2008) *Fundamentos teóricos para una gestión turística del patrimonio cultural desde la perspectiva de la autenticidad*. EUMED
- 17.-Hassen, S. (2000) Determinants of market competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, N° 38.
- 18.-Hong, W. (2008). *Competitiveness in the tourism sector*. Springer, Dordrecht.
- 19.- Organización Mundial del Turismo. (2013) *Panorama OMT del turismo internacional*
- 20.- Osorio, E. (2005) *Gestión competitiva en los destinos turísticos de interior*. Tesis doctoral dirigida por: Baldomero Segura García del Río. Universidad Politécnica de Valencia.
- 21.- Porter, M. (2003) *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*. Ediciones Deusto.
- 22.- Quintero, P., Bernal, C., López, H. (2005) *La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado*. Serie de Estudios sobre la Competitividad de Cartagena N°

4. Publicación de la Alianza del Observatorio del Caribe Colombiano y la Cámara de Comercio de Cartagena.

23.- Sánchez, M. (2006) Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. Revista de análisis turístico.

24.- Troitiño, N., Nieves, L. (2007). Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística. Universidad Complutense de Madrid.

25.-United Nations World Tourism Organization. (2008). Tourism Highlights.

Recibido: 29-5-14.

Aceptado: 10-7-14.