

Revisión sistémica de Colombia como destino turístico

Systemic review of Colombia as a tourist destination

Margareth Cenith Ruiz Conde*

maceruco02@gmail.com

Ketty Melissa Anaya*

kettymelissa4@gmail.com

Daniela Peralta*

danielapera2702@gmail.com

William Niebles Nuñez*

william.niebles@unisucra.edu.co

*Universidad de Sucre, Colombia.

RESUMEN

El turismo es una de las industrias más importantes del mundo, y Colombia tiene un gran potencial para convertirse en un destino turístico atractivo debido a su rica diversidad cultural, geográfica y natural. Sin embargo, existen barreras que impiden que Colombia sea reconocida como un destino turístico a nivel mundial. El objetivo de esta investigación es analizar sistémicamente el turismo en Colombia como destino turístico atractivo, identificando las fortalezas existentes y proponiendo desafíos a ser superados. La metodología utilizada para la realización de esta investigación se basa en una revisión bibliográfica de fuentes primarias y secundarias que abordan el tema del turismo a nivel mundial y en Colombia, así como análisis crítico de los clústeres utilizados en otros países para posicionar sus destinos turísticos.

Palabras clave: Turismo en Colombia, Posicionamiento, Competitividad, Marketing turístico.

ABSTRACT

Tourism is one of the most important industries in the world, and Colombia has great potential to become an attractive tourist destination due to its rich cultural, geographical, and natural diversity. However, there are barriers that prevent Colombia from being recognized as a world-class tourist destination. The objective of this research is to systematically analyze tourism in Colombia as an attractive tourist destination, identifying existing strengths and proposing challenges to be overcome. The methodology used for this research is based on a bibliographic review of primary and secondary sources that address the topic of tourism at a global and Colombia level, as well as a critical analysis of the clusters used in other countries to position their tourist destinations.

Keywords: Tourism in Colombia, Positioning, Competitiveness, Tourism marketing

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las industrias más importantes del mundo, tanto por su impacto económico como por su capacidad para generar empleo y fomentar la cultura y el desarrollo sostenible. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo internacional creció un 4% en 2019, alcanzando un total de 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales.

En este contexto, Colombia tiene un gran potencial para convertirse en un destino turístico atractivo, gracias a su rica diversidad cultural, sus paisajes naturales impresionantes y su rica gastronomía. Sin embargo, a pesar de contar con estos recursos turísticos, Colombia todavía enfrenta una serie de

barreras que impiden que sea reconocida como un destino turístico a nivel mundial. Entre estas barreras se encuentran la percepción de inseguridad, la falta de infraestructura turística, la falta de promoción y la falta de coordinación entre los diferentes actores involucrados en el sector turístico.

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es diseñar una estrategia que permita posicionar a Colombia como destino turístico atractivo, identificando las barreras existentes y proponiendo soluciones para superarlas.

Planteamiento del problema

Esta investigación se enfoca en la necesidad de que a pesar de que el turismo es una de las principales industrias en el país, aún no se ha alcanzado su

máximo potencial en términos de afluencia de turistas extranjeros.

Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo general diseñar una estrategia que permita posicionar a Colombia como destino turístico, a través del análisis de factores como la competitividad, la infraestructura turística, la seguridad y el marketing turístico. Para alcanzar este objetivo general, se plantean objetivos específicos que abordan cada uno de los factores mencionados anteriormente.

Pregunta problema

¿Cuáles son los desafíos y fortalezas del turismo en Colombia según la literatura científicamente argumentada?

Objetivos

Este objetivo general busca analizar sistémicamente el turismo en Colombia. Es sabido

que el país ha generado beneficios económicos, sociales y culturales promoviendo una imagen positiva en el extranjero es necesario conocer como la comunidad científica promueve este tema.

Para lograr este objetivo, se deben abordar de manera integrada y coordinada los diversos factores que influyen la bibliometría desde un enfoque sostenible y responsable del turismo.

Objetivos específicos

Analizar palabras claves que definen el turismo a nivel mundial, para luego ir a lo particular en Colombia, incluyendo la calidad de los servicios turísticos, la oferta turística en términos de diversidad y calidad, la accesibilidad del destino, la sostenibilidad turística, y la

imagen del país como destino turístico.

Identificar los principales desafíos en materia de infraestructura turística en Colombia, incluyendo la disponibilidad y calidad de alojamientos, transporte y vías de acceso, la oferta de actividades y atracciones turísticas, y la gestión de destinos turísticos.

Hipótesis

Se espera que la identificación de los clústeres de co-ocurrencia de palabras claves sobre turismo en Colombia y a nivel mundial, permita determinar fortalezas y desafíos del turismo para posicionar a Colombia como un destino turístico atractivo.

MÉTODO

Bibliometría

La bibliometría es la

aplicación de las matemáticas y métodos estadísticos a toda fuente escrita que esté basada en las facetas de la comunicación y que considere los elementos tales como autores, título de la publicación, tipo de documento y palabras claves.

Además, es la bibliografía estadística basada en la necesidad de efectuar recuento de las publicaciones existentes, la disciplina que cuantifica el contenido de los libros, y el estudio cuantitativo de las unidades físicas publicadas, de las unidades bibliográficas, o de sus sustitutos.

Igualmente se define como la aplicación de análisis estadísticos para estudiar las características del uso y creación de documentos, como el estudio cuantitativo de la producción de documentos, tal y como se

refleja en las bibliografías, y como la aplicación de métodos matemáticos y estadísticos al estudio del uso que se hace de los libros y otros medios dentro y entre los sistemas de bibliotecas.

Es considerada, también, como el conjunto de técnicas cuantitativas aplicadas al análisis de conjuntos documentales, sus productores y consumidores, y como la herramienta mediante la cual se puede observar el estado de la ciencia y la tecnología a través de la producción global de la literatura científica en un nivel dado de especialización.

La comunidad internacional, en particular la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y la UNESCO, han desarrollado tres manuales que recogen las metodologías para la elaboración de indicadores

bibliométricos en las diferentes ciencias:

El Manual de Frascati: Incluye aspectos de medición de insumos, pero reconoce que la interpretación de resultados desde el punto de vista de la comunicación científica - las publicaciones - constituye aún un problema más complicado.

El Manual de Oslo: Ofrece metodologías de encuestas para la recopilación de datos que permitan interpretar la innovación en Ciencia y Técnica.

El Manual de Canberra: Proporciona metodologías para evaluar a los recursos humanos dedicados a la ciencia y la técnica.

No obstante, la bibliometría, dado su carácter multidisciplinar, se nutre de la Estadística, la Sociología y la

Informática, para obtener sus resultados; sin contar con la utilización de las bases de datos que contienen los documentos que analiza.

Sin embargo, la metodología de evaluación de la actividad científica entraña dos problemas: los criterios de medición y la relación entre indicadores científicos y evaluación. Aunque la cuestión fundamental a evaluar radica en si el esfuerzo de investigar y publicar resulta una contribución real para el progreso, o, por el contrario, resulta un esfuerzo superfluo y sin utilidad significativa.

Los principales indicadores bibliométricos, los que con más frecuencia se utilizan, son los siguientes: productividad de las publicaciones, productividad de los autores, productividad por instituciones editoras y lugares

de edición, análisis de la producción por su temática, análisis de citas, índices de impacto y colegios invisibles.

Población y Muestra

La investigación parte de una muestra de 881 autores, que con un índice de citación igual a 1 se reduce a 34 autores. También se ha trabajado con 638 organizaciones que investigan el tema de las cuales solo siete poseen más de 10 citas.

Se identificaron 67 países en total donde solo veintisiete de ellos, donde se ve a simple vista que Estados Unidos y Reino Unido tienen la relación más fuerte. Se obtuvieron 75 palabras claves.

Instrumento

El software Vosviewer es utilizado en el estudio para llevar a cabo un análisis de coautoría que se enfoca en autores,

organizaciones y países.

Procedimiento de recogida y análisis de datos

Se ha extraído la información de una base de datos inicial descargada de Scopus 2023 mediante el uso del software. Después, se lleva a cabo un procesamiento bibliométrico mediante el software con análisis

de co-ocurrencia, incluyendo la traducción del tema del inglés.

RESULTADOS

Autores

El análisis de los 34 autores demuestra que hay mucho o tal vez mejor demasiado interés en el tema. (Figura 1).

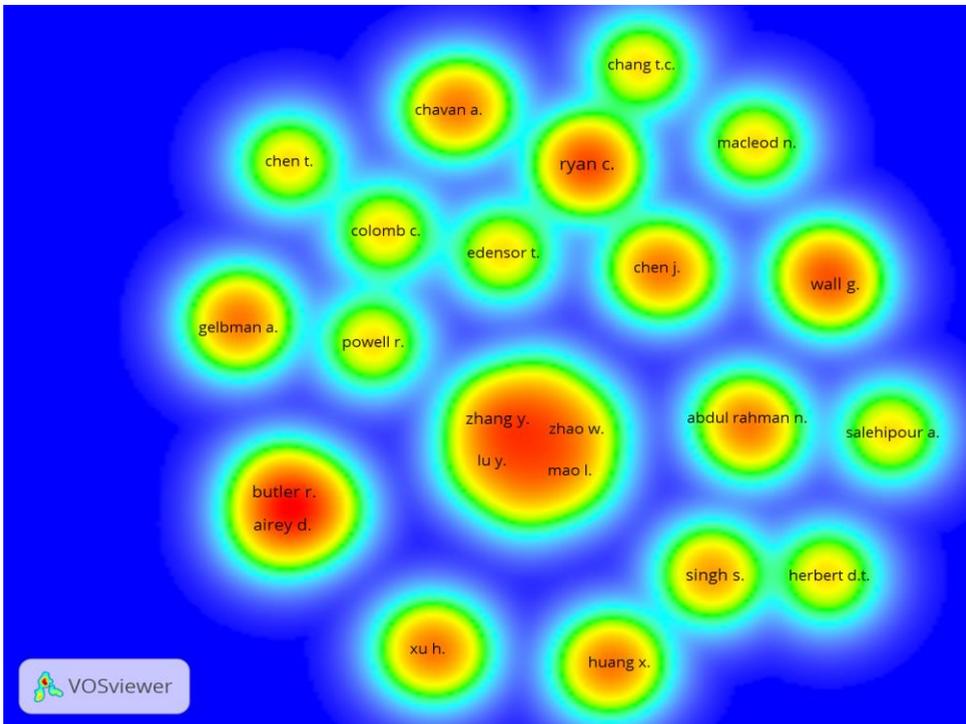


Figura 1. Principales autores

Fuente: Vosviewer

Organizaciones

De las 7 organizaciones solo tres cumplen con el criterio de mayor relación (Figura 2). Como se puede observar en la figura, las organizaciones más

comprometidas en el tema del turismo están ubicadas en América del norte por la sencilla razón que tienen el nombre las organizaciones.

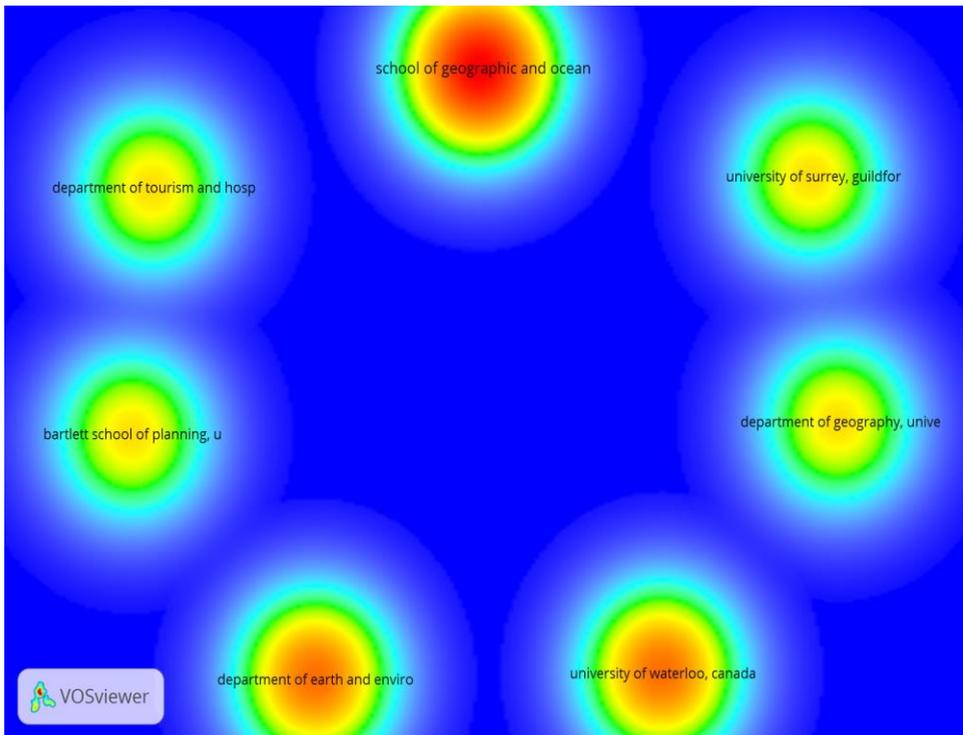


Figura 2. Organizaciones

Fuente: Vosviewer

Países

En el análisis entre los 27 países se puede observar que dos ellos investigan la temática

siendo Estados Unidos la principal seguido del Reino Unido. (Figura 3). En la siguiente figura se puede

observar como 2 grandes países o naciones están interesados en un tema de vital importancia

para el desarrollo económico de cada país siendo Estados Unidos con la relación más fuerte.

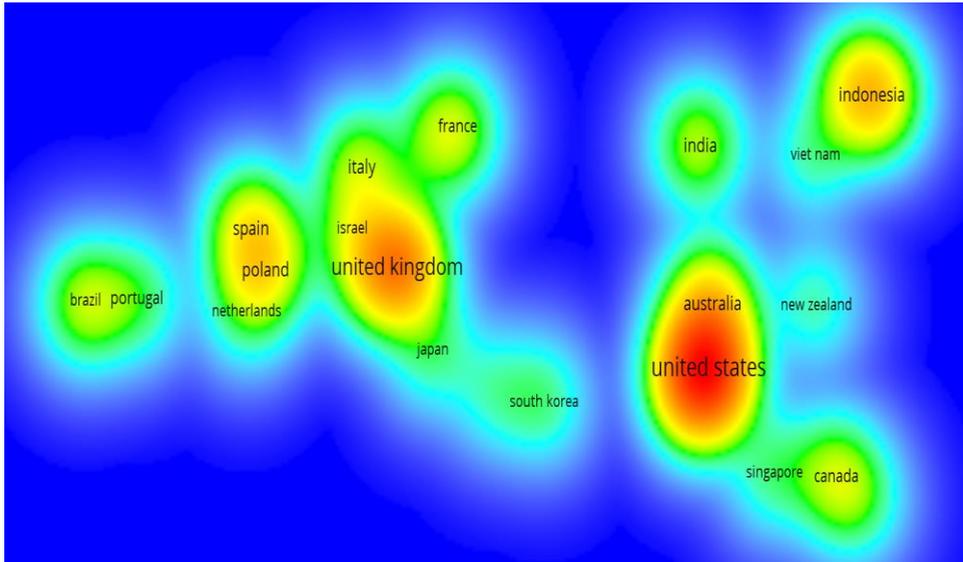


Figura 3. Países

Fuente: Vosviewer

Palabras claves

El análisis de co-ocurrencia con un índice de cinco se obtuvieron 75 palabras claves o principales (Figura 4). Como se puede observar en la figura la palabra clave más usada o

citada es atracción turística seguida de desarrollo turístico teniendo así fuertes relaciones en los autores.

el turismo en diferentes contextos y cómo los destinos turísticos pueden atraer a más visitantes.

Clúster 2 (Verde): Este clúster se centra en la protección del patrimonio cultural y natural, la sostenibilidad del turismo, la planificación regional y la autenticidad del patrimonio cultural. Mencionan algunos países específicos, como Tailandia. Este clúster es útil para comprender cómo los destinos turísticos pueden proteger y preservar su patrimonio cultural y natural mientras atraen a visitantes.

Clúster 3 (Azul): Este clúster se centra en la accesibilidad del turismo, el turismo patrimonial y la actividad recreativa en zonas costeras. Además, se indican algunos países específicos, como España y Turquía. Este clúster es

útil para comprender cómo se puede fomentar el turismo en zonas costeras y cómo los destinos turísticos pueden mejorar la accesibilidad para los visitantes.

Clúster 4 (Amarillo): Este clúster se centra en el paisaje, la memoria y el sentido de lugar en destinos turísticos. Asimismo, se aluden algunos países específicos, como Inglaterra, Finlandia y Estados Unidos. Este clúster es útil para comprender cómo los visitantes experimentan y recuerdan los destinos turísticos.

Clúster 5 (Morado): Este clúster se centra en la tradición cultural y religiosa en destinos turísticos. Igualmente se señalan algunos países específicos, como India e Indonesia. Este clúster es útil para comprender cómo los visitantes experimentan y

valoran la cultura y la religión en los destinos turísticos.

Clúster 6 (Azul cielo): Este clúster se centra en el ecoturismo, la educación y la percepción pública sobre el turismo. Menciona Australia como país específico. Este clúster es útil para comprender cómo los destinos turísticos pueden fomentar el ecoturismo y mejorar la educación y la percepción pública sobre el turismo.

Clúster 7 (Naranja): Este clúster se centra en la conversación del patrimonio y el apego al patrimonio de la humanidad en destinos turísticos. Igualmente se indican algunos países específicos, como China y Japón. Este clúster es útil para comprender cómo los destinos turísticos pueden proteger y preservar su patrimonio cultural y natural mientras atraen a visitantes.

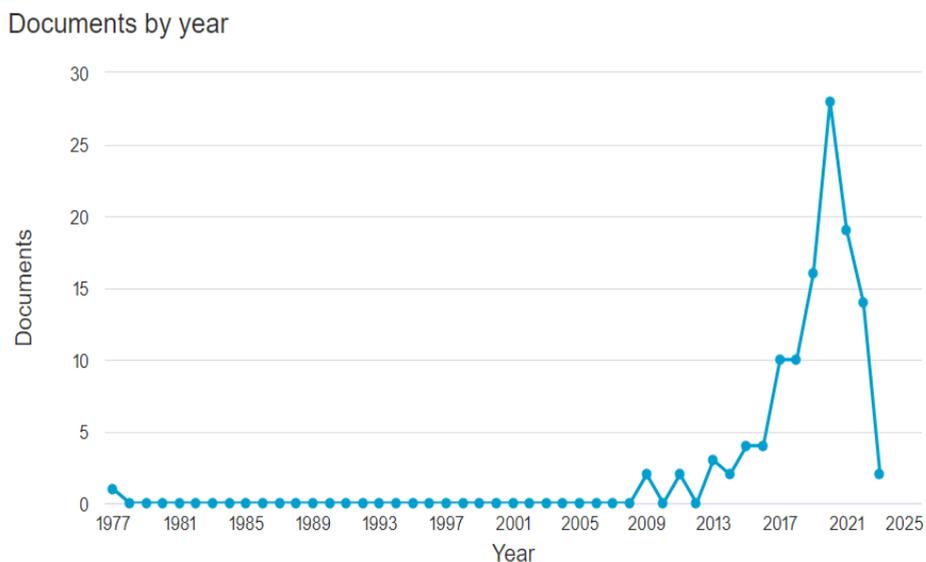


Figura 6. Tendencia de artículos publicados sobre Turismo en Colombia

Fuente: Scopus, 2023.

Entre los principales autores Amaya (2019) plantea que, a pesar de los avances en el sector turístico en Colombia en los últimos años, todavía hay mucho por hacer para mejorar la calidad de los servicios turísticos y la infraestructura. El autor destaca que, para atraer a más turistas, es necesario invertir en infraestructura turística, como aeropuertos, carreteras y

servicios de transporte, así como mejorar la seguridad para los visitantes. Además, se hace necesario mejorar la gestión y el desarrollo sostenible del turismo en las distintas regiones del país.

Araujo et al. (2020) han analizado la situación del turismo en Colombia durante la pandemia de COVID-19 y los efectos que esta ha tenido en el sector. Plantean que a pesar de la

crisis, el turismo puede ser una oportunidad para la recuperación económica del país. Sin embargo, para lograrlo, es necesario implementar medidas de seguridad sanitaria, promover el turismo interno y mejorar la oferta turística en el país.

En este sentido, Arévalo Lizarazo et al. (2022) analizan la teoría del *pecking order* para el análisis de la estructura de capital en tres sectores de la economía colombiana, incluyendo el turismo. Los autores señalan que la teoría del *pecking order* puede ser útil para entender los desafíos de financiamiento que enfrenta el sector turístico en Colombia y proponer soluciones para mejorar su capacidad de inversión.

Por otro lado, el turismo sostenible es un tema crucial

para el futuro del sector en Colombia. Henao y Pinzón (2018) hacen una revisión crítica de la situación del turismo sostenible en el país y proponen algunas soluciones para mejorar la gestión y la planificación turística en las distintas regiones. Los autores señalan que es necesario implementar políticas públicas que fomenten el turismo sostenible, incluyendo la promoción de prácticas turísticas responsables y la educación de los visitantes.

En cuanto a la oferta turística, Barrero Cubillos et al. (2020) han evaluado el potencial ecoturístico de la Hacienda Bello Horizonte en Colombia mediante el uso de tecnologías de teledetección y SIG. Los autores señalan que la aplicación de estas tecnologías puede ser una herramienta útil para evaluar

el potencial turístico de las regiones y diseñar planes de desarrollo turístico sostenible.

El artículo de Zuñiga-Collazos (2015) es una revisión útil y completa del estado de la investigación y el desarrollo turístico en Colombia. El autor identifica claramente los temas más relevantes en el campo del turismo y destaca la necesidad de una colaboración estrecha entre los investigadores y los actores locales para generar soluciones sostenibles a los problemas que enfrenta el sector. Además, el

autor ofrece recomendaciones prácticas para el desarrollo turístico en Colombia y sugiere que se deben adoptar políticas que fomenten la diversificación de la oferta turística y que promuevan el turismo rural y cultural.

En la figura 7 se puede observar la densidad de las palabras claves del tema tratado donde resaltan: Turismo sostenible, Desarrollo, Ecoturismo, Desarrollo sustentable, Sustentabilidad y desarrollo local.

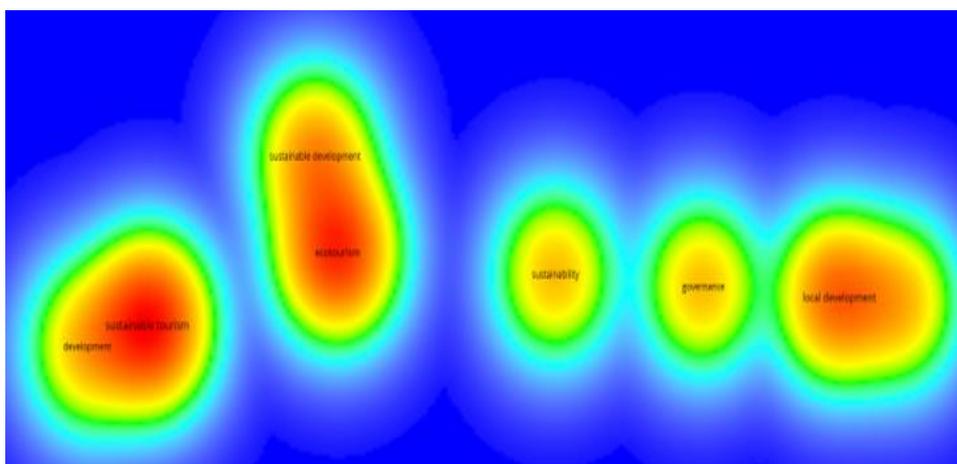


Figura 7. Clústeres de artículos sobre Turismo en Colombia

Fuente: Scopus, 2023

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El turismo en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Sin embargo, todavía existen desafíos importantes que deben abordarse para aprovechar todo el potencial de la industria turística en el país. Amaya (2019) señala que uno de los principales desafíos es mejorar la calidad de los servicios turísticos, especialmente en áreas como la infraestructura y la seguridad. Aulet y López (2018) destacan que la percepción de seguridad sigue siendo un obstáculo importante para el turismo en Colombia.

Para superar estos desafíos, es esencial que se realice una planificación adecuada del turismo. Torres y Jiménez (2018) identifican la

importancia de la planificación turística en Colombia y destacan la necesidad de considerar factores críticos como la sostenibilidad y la competitividad. Henao y Pinzón (2018) también subrayan la importancia del turismo sostenible en Colombia y señalan la necesidad de una revisión crítica de las políticas y prácticas turísticas actuales.

La competitividad turística también es un factor clave para el éxito del turismo en Colombia. Suárez y Ramos (2016) destacan la necesidad de mejorar tanto la oferta como la demanda turística en el país. La infraestructura turística es otro factor importante para mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico. Portilla y Zapata (2019) analizan el impacto de la infraestructura

turística en la competitividad de Colombia y señalan la importancia de la inversión en esta área.

El marketing turístico también desempeña un papel vital en el desarrollo económico de Colombia. Gutiérrez y Caicedo (2016) resaltan la importancia del marketing turístico en el desarrollo económico del país. Además, Sandoval y Molina (2017) enfatizan el potencial del marketing territorial y turístico como estrategia de desarrollo económico local.

El turismo en Colombia presenta desafíos importantes, pero también ofrece oportunidades significativas para el desarrollo económico del país. Para aprovechar todo el potencial de la industria turística, se deben abordar

desafíos como la calidad de los servicios turísticos, la seguridad y la planificación adecuada del turismo.

La inversión en infraestructura turística, la promoción y el marketing turístico y el fomento del turismo sostenible son áreas clave que deben ser abordadas para mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico.

Durante el desarrollo de esta investigación, se analizaron diversos factores que afectan la competitividad turística de Colombia y se identificaron los principales desafíos en materia de infraestructura turística, seguridad y marketing turístico.

En primer lugar, se encontró que la calidad de los servicios turísticos, la oferta turística en términos de diversidad y

calidad, la accesibilidad del destino, la sostenibilidad turística, y la imagen del país como destino turístico son factores críticos para el posicionamiento de Colombia como destino turístico en el mercado internacional.

En cuanto a los desafíos en materia de infraestructura turística, se identificó la necesidad de mejorar la disponibilidad y calidad de alojamientos, transporte y vías de acceso, la oferta de actividades y atracciones turísticas, y la gestión de destinos turísticos.

Además, se evaluó la percepción de seguridad turística en Colombia y se identificaron las áreas que requieren mayor atención para mejorar la seguridad del turismo. Finalmente, se

desarrolló una estrategia de marketing turístico efectiva para promocionar a Colombia como destino turístico, enfocada en definir el público objetivo, crear mensajes y contenido atractivo, elegir canales y medios adecuados para la promoción, y medir el impacto y resultados de la estrategia.

En conclusión, se puede afirmar que el diseño de una estrategia integral y efectiva para posicionar a Colombia como destino turístico en el mercado internacional es un proceso complejo y multifacético que requiere de un enfoque integral y coordinado.

Es necesario abordar de manera efectiva los diversos factores que influyen en la competitividad turística del

país, incluyendo la calidad de los servicios turísticos, la oferta turística en términos de diversidad y calidad, la accesibilidad del destino, la sostenibilidad turística, y la imagen del país como destino turístico. En cuanto a los desafíos en materia de infraestructura turística, se debe trabajar en la mejora de la disponibilidad y calidad de alojamientos, transporte y vías de acceso, la oferta de actividades y atracciones turísticas, y la gestión de destinos turísticos.

Además, se debe prestar especial atención a la seguridad turística, identificando las áreas que requieren mayor atención para mejorar la seguridad del turismo. La estrategia de marketing turístico efectiva desarrollada en esta

investigación es una herramienta fundamental para promocionar a Colombia como destino turístico en el mercado internacional. Es importante tener en cuenta que esta estrategia debe ser flexible y adaptarse constantemente a las tendencias y necesidades del mercado, así como a la realidad cambiante del país.

En definitiva, el desarrollo de una estrategia efectiva para posicionar a Colombia como destino turístico en el mercado internacional es un proceso continuo que requiere de un compromiso constante por parte de todos los actores involucrados en la industria turística del país.

Todo ello permitió establecer fortalezas potenciales del turismo en Colombia:

- Crecimiento significativo en los últimos años.
- Oferta turística diversa y de calidad.
- Potencial de desarrollo económico del país.
- Importancia del marketing territorial y turístico como estrategia de desarrollo económico local.

Pero también se identifican desafíos para tener en cuenta para futuras investigaciones:

- Mejorar la calidad de los servicios turísticos, especialmente en áreas como la infraestructura y la seguridad.
- Percepción de seguridad como obstáculo importante para el turismo en Colombia.
- Planificación turística adecuada considerando factores críticos como la sostenibilidad y la

competitividad.

- Mejorar la oferta y demanda turística, así como la infraestructura turística para mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico.
- Evaluar la percepción de seguridad turística en Colombia, incluyendo el análisis de la percepción de seguridad por parte de los turistas, la evaluación de las políticas y medidas de seguridad del país, y la identificación de las áreas que requieren mayor atención para mejorar la seguridad del turismo.
- Desarrollar una estrategia de marketing turístico efectiva para promocionar a Colombia como destino turístico, incluyendo la definición del público objetivo, la creación

de mensajes y contenido atractivo, la elección de canales y medios adecuados para la promoción, y la medición del impacto y resultados de la estrategia.

- Diseñar una estrategia efectiva y regional para posicionar a Colombia como destino turístico en el mercado internacional.

Se espera que esta estrategia incluya la mejora de la infraestructura turística, la promoción del destino, la coordinación entre los diferentes actores del sector turístico y la implementación de políticas de seguridad efectivas para mejorar la percepción de seguridad en el país.

REFERENCIAS

Amaya, A. (2019). Turismo en Colombia: Desafíos y oportunidades. *Revista*

Virtual Universidad Católica del Norte, (57), 101-120.

Araujo, E. J. S., Melchán, J. A. S., Bermejo, B. R., & Río, J. J. L. D. (2020). Situation of the colombian tourism sector during the pandemic, a light at the end of the road: Lamentation or call to action? [Comportamiento del sector turístico colombiano durante la pandemia, una luz al final del camino: ¿lamentación o llamado a la acción?] *RISTI - Revista Iberica De Sistemas e Tecnologias De Informacao*, 2020(E36), 295-308.

Arévalo Lizarazo, G. A., Zambrano Vargas, S. M., & Vázquez García, A. W. (2022). Pecking order

- theory for capital structure analysis: Application in three sectors of the colombian economy. [Teoría del Pecking Order para el análisis de la estructura de capital: Aplicación en tres sectores de la economía colombiana] *Revista Finanzas y Política Económica*, 14(1), 99-129. doi:10.14718/revfinanzpolit econ.v14.n1.2022.5
- Arias-Olmos, E. L., Montes-Guerra, M. I., & Castro-Ríos, G. A. (2022). Evaluation of the strategic factors of the hotel sector in the province of sabana centro, colombia. *Investigaciones Turísticas*, (23), 336-359. doi:10.14198/INTURI2022.23.15
- Aulet, S., y López, M. (2018). Análisis de la percepción de seguridad turística en Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(5), 707-723.
- Ayaviri Nina, V. D., Quispe Fernández, G. M., & Sánchez Cuesta, P. (2017). Tourism demand appraisal in the andean community of nations. [Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de Naciones] *Espacios*, 38(31)
- Barbieri, C., y Mahoney, E. (2017). The value of tourism in Colombia's post-conflict future. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 228-230.

Barrero Cubillos, C. A., Medina, J., & Sánchez Sánchez, U. N. (2020). Assessment of the ecotourism potential of the hacienda bello horizonte in the lower area of the mingueo municipality of dibulla-colombia from a remote sensing and gis approach. *RISTI - Revista Iberica De Sistemas e Tecnologias De Informacao*, 2020(E36), 257-269.

Bastidas-Goyes, L. G., Méndez-Castillo, E., & Bonilla-Estévez, C. M. (2021). Ethical and legal analysis of medical tourism in colombia. risks in communicative instrumentalization. [Anàlisi ètica i jurídica del turisme mèdic a Colòmbia. Riscos en la

instrumentalització comunicativa] *Revista De Bioetica y Derecho*, (52), 121-138.
doi:10.1344/RBD2021.52.34224

Gutiérrez, R., y Caicedo, O. (2016). La importancia del marketing turístico en el desarrollo económico de Colombia. *Cuadernos de Administración*, 29(52), 1-17.

Henao, C. A., y Pinzón, H. J. (2018). Turismo sostenible en Colombia: Una revisión crítica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(3), 333-350.

Moreno Freites, Z., Ziritt Trejo, G., & Silva, H. (2019). Sustainable tourism: Perceptions, citizen welfare and local development.

- [Turismo sostenible: Percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local] *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(2), 104-130.
doi:10.37960/REVISTA.V24I2.31484
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Tourism highlights 2020 edition*. Madrid: OMT.
- Portilla, A., y Zapata, G. (2019). Análisis del impacto de la infraestructura turística en la competitividad de Colombia como destino turístico. *Turismo y Sociedad*, 25, 95-113.
- Sandoval, S., y Molina, C. (2017). Marketing territorial y turístico como estrategia de desarrollo económico local: Experiencias exitosas en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales*, 23(1), 38-56.
- Suárez, J. M., y Ramos, R. (2016). Competitividad turística en Colombia: Un análisis de la oferta y la demanda turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(5), 647-665.
- Torres, J. P., y Jiménez, M. A. (2018). Identificación de factores críticos para la planificación turística de Colombia. *Revista de Administración, Finanzas y Economía*, 12(1), 39-52.
- Zuñiga-Collazos, A. (2015). Analysis of research and tourism development in colombia. [Análisis de la investigación y desarrollo turístico en Colombia] *Espacios*, 36(18)