

**FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS  
TURISTICAS DE LA ZONA DE MEDIA Y ALTA GUAJIRA**

**Estudiante**

Clara Vanessa Barraza Bermúdez

Trabajo de Investigación como requisito para optar el título de Magister en  
Administración de Empresas e Innovación

**Tutores**

Magda Andrea Monsalve Peláez  
Ana Beatriz Blanco Ariza

**RESUMEN**

El turismo es un motor de desarrollo económico para el departamento de La Guajira, su majestuosa riqueza natural y cultural hace que se convierta en uno de los principales focos de atracción turística del país. En 2019 el departamento acogió a más de 80.000 visitantes extranjeros (Centro de Información Turística de Colombia, 2020), lo que representa un incremento de más del 600% en los últimos cinco años. Sin embargo, con la llegada del covid-19 la economía global entró en una profunda crisis, afectando el desempeño competitivo de las empresas a nivel mundial y principalmente a las involucradas en la cadena del servicio turístico.

En este sentido, el objetivo de esta investigación es analizar los factores que determinan la competitividad en las empresas turísticas de la zona de Media y Alta Guajira para el mejoramiento del desempeño económico de la región y la calidad de vida de sus habitantes. En lo metodológico, se enmarca dentro de la investigación cuantitativa, de tipo descriptiva, de diseño transeccional y de campo.

En primera instancia se desarrolló una revisión documental basada en un abordaje teórico sobre competitividad para determinar las categorías de análisis y luego una extracción de informes emitidos por instituciones como Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en ingles), Organización Mundial del Turismo (WTO, por sus siglas en ingles), Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT), Cámara de Comercio de La Guajira, entre otras.

Se tomó como población universo a la totalidad de las empresas turísticas ubicadas en el Distrito de Riohacha, Uribia, Manaure y Dibulla, quienes conforman la Media y Alta Guajira y sobre ella se tomó una muestra representativa basado en un muestreo probabilístico, el cual permitió determinar un mínimo de población a participar bajo un nivel de confianza del 90% y un margen de error de 0,10. En total, fueron consultadas 74 empresas, de las cuales solo 50 manifestaron su interés por hacer parte de la investigación garantizando la muestra mínima definida.

Para la recopilación de la información, se diseñó un instrumento tipo encuesta, aplicado a través de medios electrónicos y constituido por 40 ítems con opciones de respuesta tipo Likert y dicotómicas, permitiendo obtener una caracterización del estado actual de las empresas participantes en cuanto a aspectos determinantes de la competitividad. El instrumento utilizado fue validado en tres (3) escenarios; por un experto metodológico, un experto en el área de turismo y finalmente a través de la validación estadística dada por un experto en el área, donde se determinó una fiabilidad del instrumento con un alfa de Cronbach de 0,836, apoyado en el software IBM SPSS Statistics.

Los resultados de la investigación arrojan que existen diferencias significativas al evaluar las variables tecnologías de la información, alianzas estrategias y sostenibilidad en los diversos subsectores. Además, la variable capital humano e innovación se comporta similar entre los subsectores mostrando falencias en aspectos relacionados con la compensación de los colaboradores, habilidades comunicativas en idiomas extranjeros, toma de decisiones objetivas, diseño de nuevos productos turísticos y mejora de los existentes, uso del comercio electrónico, relaciones de confianza e interacción entre usuarios, como fuente de ventaja competitiva.

A manera de conclusión, esta investigación aporta a la construcción del tejido empresarial del departamento de la Guajira, toda vez que entrega un análisis sobre los aspectos a fortalecer al interior de las empresas turísticas y que inciden en el pobre desempeño de la región y en los resultados desfavorables en los Índice de Competitividad Departamental elaborado por el Consejo Privado y la Universidad el Rosario.

Además, es pertinente y relevante porque se hallaron diferencias en el comportamiento de las empresas de acuerdo a su ubicación, frente a las variables

de estudio, por lo tanto, es coherente con la política gubernamental de Minciencias para proponer y visibilizar los resultados a los entes gubernamentales y organizaciones promotoras de la actividad turística en La Guajira para que se diseñen estrategias diferenciadas por localización y no estandarizadas para todo el territorio.

En cuanto a las limitaciones, estas se centraron en la recolección de información y aplicación del instrumento que por las medidas de distanciamiento social hicieron imposible acceder personalmente a todos los empresarios y trasladarse a los municipios de la zona de influencia, por tanto, la encuesta fue enviada a través de un link de formularios de Google vía WhatsApp, Instagram y correo electrónico.

De hecho, se hubiese podido considerar como aporte novedoso incluir la competitividad del destino como variable independiente, sin embargo, las limitaciones dadas por las restricciones para prevenir el contagio por covid-19 tampoco hicieron posible lograr un acercamiento con los entes gubernamentales encargados de la formulación de programas para la promoción del departamento de La Guajira como destino único especializado.

En cuanto a futuras líneas de investigación, estas pueden orientarse hacia la aplicación de un modelo específico que mida la competitividad, incluso añadiendo nuevos factores relacionados con la gobernabilidad, la eficiencia de las políticas públicas y la consolidación de un clúster turístico que integre la Baja Guajira. Además, deja en evidencia debilidades del sector que pueden ser potenciadas mediante programas y proyectos en alianza con lo público, lo privado y la academia. Incluso el diagnóstico del sector abre la puerta hacia el diseño de nuevos productos turísticos debido a la diversidad natural y cultural del departamento.

**Palabras clave:** *Competitividad, turismo, ventaja competitiva, empresas turísticas.*

**ABSTRACT**

Tourism is an engine of economic development for the department of La Guajira, its majestic natural and cultural wealth makes it one of the main focuses of tourist attraction in the country. In 2019, the department welcomed more than 80,000 foreign visitors (Colombia Tourism Information Center, 2020), representing an increase of more than 600% in the last five years. However, with the arrival of covid-19 the global economy entered a deep crisis, affecting the competitive performance of companies worldwide and mainly those involved in the tourism service chain.

In this sense, the objective of this research is to analyze the factors that determine the competitiveness of tourism companies in the area of Media and Alta Guajira in order to improve the economic performance of the region and the quality of life of its inhabitants. Methodologically, it is framed within the quantitative research, of descriptive type, of transectional and field design.

In the first instance, a documentary review was carried out based on a theoretical approach on competitiveness to determine the categories of analysis and then an extraction of reports issued by institutions such as the World Economic Forum (WEF), World Tourism Organization (WTO), Ministry of Commerce, Industry and Tourism (MCIT), Chamber of Commerce of La Guajira, among others.

The universe population was taken as the totality of tourism companies located in the District of Riohacha, Uribia, Manaure and Dibulla, which make up the Middle and Upper Guajira, and a representative sample was taken based on a probability sampling, which allowed determining a minimum population to participate under a 90% confidence level and a 0.10 margin of error. A total of 74 companies were consulted, of which only 50 expressed their interest in participating in the research, guaranteeing the minimum sample defined.

For the collection of information, a survey-type instrument was designed, applied through electronic means and consisting of 40 items with Likert-type and dichotomous response options, allowing to obtain a characterization of the current state of the participating companies in terms of determinant aspects of competitiveness. The instrument used was validated in three (3) scenarios; by a methodological expert, an expert in the area of tourism and finally through statistical validation by an expert in the area, where the reliability of the instrument was determined with a Cronbach's alpha of 0.836, supported by IBM SPSS Statistics software.

The results of the research show that there are significant differences when evaluating the variables information technologies, strategic alliances and sustainability in the various subsectors. In addition, the human capital and innovation variable behaves similarly among the subsectors, showing deficiencies

in aspects related to employee compensation, communication skills in foreign languages, objective decision making, design of new tourism products and improvement of existing ones, use of electronic commerce, relationships of trust and interaction among users, as a source of competitive advantage.

By way of conclusion, this research contributes to the construction of the business fabric of the department of La Guajira, since it provides an analysis of the aspects to be strengthened within the tourism companies and which affect the poor performance of the region and the unfavorable results in the Departmental Competitiveness Index prepared by the Private Council and Rosario University.

In addition, it is pertinent and relevant because differences were found in the behavior of the companies according to their location, in relation to the study variables, therefore, it is coherent with the governmental policy of Minciencias to propose and make visible the results to the governmental entities and organizations promoting the tourist activity in La Guajira so that differentiated strategies are designed by location and not standardized for the whole territory.

As for the limitations, these were focused on the collection of information and application of the instrument that due to the measures of social distancing made it impossible to personally access all the entrepreneurs and move to the municipalities of the area of influence, therefore, the survey was sent through a link of Google forms via WhatsApp, Instagram and email.

In fact, it would have been possible to consider as a novel contribution to include the competitiveness of the destination as an independent variable, however, the limitations given by the restrictions to prevent the covid-19 contagion did not make it possible to achieve an approach with the governmental entities in charge of the formulation of programs for the promotion of the department of La Guajira as a unique specialized destination.

As for future lines of research, these can be oriented towards the application of a specific model that measures competitiveness, even adding new factors related to governance, the efficiency of public policies and the consolidation of a tourism cluster that integrates Baja Guajira. It also reveals weaknesses in the sector that can be strengthened through programs and projects in alliance with the public, private and academic sectors. The diagnosis of the sector also opens the door to the design of new tourism products due to the natural and cultural diversity of the department.

**Key words:** Competitiveness, tourism, competitive advantage, tourism companies.

## REFERENCIAS

- Acevedo, M. (2015). *Competitividad del Clúster de turismo de negocios, ferias y convenciones de Medellín*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/2423>
- Agudelo, J. (2019). *El citymarketing como estrategia para potenciar el desarrollo económico internacional enfocado al cluster turismo de negocios, ferias y convenciones de la ciudad de Medellín*. Bogotá.
- Amit, R., & Schoemaker, P. (2016). *Firm Resources*. Springer: The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management.
- Annoni, P., & Kozovska, K. (2010). *EU Regional Competitiveness Index*. Luxembourg:: Publications Office of the European Union.
- Aragón, A., & Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales en España. *Universia Business Review*, VIII(4), 38-51.
- Araoz, M. (1998). *La Integración Como instrumento para incrementar la Competitividad en un mundo globalizado: perspectivas en la Comunidad Andina*. Montevideo: CEFIR.
- Becker, G. (1964). *Human Capital*. New York: Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research).
- Blazquez, M. (2010). *La importancia de los clusteres en la competitividad en España: el caso específico de la region Catalana*. Madrid.
- Bonales, J., Zamora, A., & Ortíz, C. (2015). Variables e Índices de Competitividad de las empresas exportadoras, utilizando el PLS. *Revista CIMEXUS*, 10(2), 13-32. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5480549>
- Broche, Y., & Ramos, R. (2015). Procedimiento para la gestión de los residuos sólidos generados en instalaciones hoteleras cubanas. *Revista Ingeniería Industrial*, 36(2), 224-235.
- Bustamante, N. (2003). Educación y pobreza en la ciudad de Medellín: Evidencia Empírica. *Ruido Blanco*, 35-47.

- Calderón, J. C. (2018). *Propuesta del modelo de la triple hélice entre los agentes IPES como entidad del distrito, uniempresarial y la galería de flores ubicada en la calle 26*. Bogotá D.C: Fundación universitaria empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial.
- Cámara de Comercio de La Guajira. (2019). *Informe Sector Turismo de La Guajira*. Riohacha: Cámara de Comercio de La Guajira.
- Cámara de Comercio de La Guajira. (2020). *Informe Socio Económico de La Guajira* . Riohacha: Cámara de Comercio de La Guajira.
- Camison, C., & Monfort-Mir, V. (2012). Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism Management*, 33(4), 776-789. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517711001816?via%3Dihub>
- Cann, O. (2016). *¿Qué es la competitividad?* . World Economic Forum.
- Cantillo, E., & Daza, J. (2011). Influencia de la cultura organizacional en la competitividad de las empresas. *Escenarios*, 18-23.
- Castillo, P., & Leal, B. (2010). *Innovación en producto en las MIPyMES del fondo emprender del sector de alimentos de la ciudad de Manizales*. Manizales.: Universidad Autónoma de Manizales.
- Centro de Información Turística de Colombia. (2020). *Estadísticas Nacionales - Flujo de turistas - Turismo receptor*. Bogotá: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Centro de Pensamiento para el Desarrollo Guajira 360°. (2016). *Inversión en La Guajira: Oportunidades y Restricciones*.
- Centro de Pensamiento Turístico. (2019). *Índice de competitividad turística regional de Colombia - ICTRC departamentos*. Bogotá: Estrategik-mente. Obtenido de <https://cptur.org/publicaciones/WY1JVgF5v6ArxSW>
- Conde, E. (2011). El turismo electrónico, una necesidad para las empresas del sector. *TURyDES*, 4(9). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/09/pcl.htm>
- Consejo Privado de Competitividad. (2019). *Índice Departamental de Competitividad*. Bogotá: Punto Aparte Editores. Obtenido de <https://compite.com.co/indice-departamental-de-competitividad/>
- Cruz, O., & Álvarez, L. (2014). *Las ventajas competitivas sostenibles de las empresas de*

*manufactura de calzado*. Ciudad de Panamá: Asamble General de ALAFEC.  
Obtenido de <http://www.alafec.unam.mx/docs/asambleas/xiv/ponencias/4.12>

Demuner, M., & Mercado, P. (2010). *Determinantes de competitividad empresarial. Caso de pequeñas empresas de la cadena de proveeduría del sector autopartes*. México D.F.: Universidad Autónoma del estado de México. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xvii/docs/C09.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. Bogotá D.C.: DANE.

Díaz, P., & Jimenes, G. (2013). La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. Análisis y modelos. *Questiones Publicitarias*, 1(18), 39-55. Obtenido de <https://www.raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/v18-diaz-luque-jimenez>

Diez, I., & Fernández, M. (2015). Knowledge spillovers in science and technology park: how can firms benefit most? *Journal of Technology Transfer*, 40, 70-84.

Echeverry, D. (2007). *La competitividad en el desarrollo empresarial*. Medellín: Universidad de San Buenaventura.

Economómico, O. d. (2006). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos de Innovación*. Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

Enright, M., & Newton, J. (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. *Tourism Management*, 25(6), 777-788. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517704001347>

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stammer, J. (1996). <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/12025>. *Revista CEPAL*, 39-52. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/12025>

Estevão, C., Costa, C., & Fernandes, C. (2019). Competitiveness in the Tourism Sector: A Bibliometric Analysis. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 7(3), 4-21. Obtenido de <https://www.jsod-cieo.net/journal/index.php/jsod/article/view/170/147>

Etzkowitz, H. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. New York: Ed. Routledge.

Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix -- University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development. *EASST Review*, 14(1), 14-19.

- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix -- University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development. *EASST Review*, 14(1), 14-19. Obtenido de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2480085](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2480085)
- Florice, S., Michela, J., & George, M. (2009). Resource feedbacks for continuous innovation: the articulation of firm, university and government roles. *Summer Conference Copenhagen Business School*. Copenhagen.
- Florice, S., Michela, J., & George, M. (2009). Resource feedbacks for continuous innovation: the articulation of firm, university and government roles. *Summer Conference Copenhagen Business School*. Copenhagen.
- Gobernación de La Guajira. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo de La Guajira "Unidos por el cambio" 2020 – 2023*. Riohacha.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Hitt, I., & Hoskisson, R. (2015). *Administración Estratégica, Competitividad y Globalización: conceptos y casos*. Mexico D.F: Cengage Learning.
- Horta, R., & Jung, A. (2002). Competitividad e industria manufacturera. Aportes para un marco de análisis. *Revista electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica*, 1(1), 1-38.
- Iglesias, M., & Carreras, I. (2013). *La colaboración efectiva en las ONG. Alianzas estratégicas y redes*. ESADE - PwC.
- Instituto Mexicano para la Competitividad [IMCO]. (2012). *¿Qué es la competitividad?* México, DF: IMCO.
- Jimenez, L., & Hernández, S. (2010). Importancia de las compensaciones laborales y de la gestión humana en las empresas. *Proyecta*, 1(3). Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/proyecta/article/view/1958>
- Jimenez, M. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *Umbral científico*(9), 115-125. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/304/30400913.pdf>
- Kachniewska, M. (2006). *Tourism Quality Management*. Warsaw: Elipsa.
- Krugman, P. (1992). Geography and Trade. *Southern Economic Association*, 59(2), 337-339. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/1060549?seq=1>

- Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>
- Lillo, A. (2009). El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas. *Cuadernos de Turismo*(24), 53-64. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39812474003.pdf>
- Lillo, A., Ramón, A., & Sevilla, M. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. *Cuadernos de Turismo*(19), 47-69. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13831>
- Linares, H., & Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *Revista de turismo y desarrollo cultural. Revista Pasos*, 12(2), 453-466. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88130205003.pdf>
- Lozano, C., Murphy, E., Niño, B., & Suárez, L. (2016). *Desempeño competitivo de los clusteres del sector turismo en el distrito de Lambayeque*. Surco.
- Madeiras, V., Godoi, L., & Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista CEPAL*(129), 7-27. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45005>
- Mantilla, M., Vilcabundo, A., Ruiz, M., & Mayorga, C. (2014). *La innovación tecnológica como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del cantón Ambato*. Quito: Universidad Técnica de Ambato.
- Martínez, F., & Huertas, L. (2008). *Marketing en la Sociedad del Conocimiento- Claves Para la Empresa*. Madrid: Delta Publicaciones Universitarias.
- Méndez, C. (2020). *Metodología De La Investigación. Diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales*. México D.F: Alpha Editorial.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT]. (2021). *Perfiles Económicos Departamentales*. Bogotá D.C: Oficina de Estudios Económicos.
- Morales, M., & Pech, L. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y Administración*, 47-63.
- Narvaez, M., Fernández, G., & Henríquez, A. (2013). Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico. *Investigación y Reflexión*, 21(1), 243-260. Obtenido de

<https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/675>

- Nieto, M., & Santamaria, L. (2010). Colaboración tecnológica e innovación en las empresas de base tecnológica: implicaciones de las relaciones con universidades y otros socios tecnológicos. *Revista Galega de Economía Journal*, 19, 1-15. Obtenido de <https://researchportal.uc3m.es/display/act349469>
- Novoa, D., & De La Espriella, Y. (2013). *Los clusters productivos como estrategia: para mejorar la competitividad: el caso del sector turístico de Cartagena de Indias*. Cartagena de Indias
- Obando, M. (2016). *Análisis de competitividad en las pequeñas y medianas empresas del sector priorizado en el cambio de la matriz productiva: confección y calzado, en el distrito metropolitano de Quito de los periodos 2013 y 2014*. Quito: Escuela Politécnica Nacional. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/16698>
- Organización Mundial de Turismo. (2020). *Barómetro OMT del Turismo Mundial mayo 2020*. Madrid: OMT. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421954>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama del turismo internacional*. Madrid: OMT. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2015). *Estudios económicos*. OECD. Obtenido de [https://www.oecd.org/economy/surveys/Overview\\_Colombia\\_ESP.pdf](https://www.oecd.org/economy/surveys/Overview_Colombia_ESP.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas [ONU] (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo "Nuestro Futuro Común"*.
- Ortiz, F., & Arredondo, E. (2014). Competitividad y factores de éxito en empresas desarrolladoras de software. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11(3), 49-73.
- Ortíz, J., Miranda, J., Navarro, Y., & Mattar, S. (2015). Seroprevalencia de Rickettsia sp. en indígenas Wayuü de la Guajira y Kankuamos del Cesar, Colombia. *Infectio*, 19(1).
- Parra, E., & Calero, F. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Ponce, I., & Guemes, D. (16 de Octubre de 2017). Factores claves en la vinculación de la Triple Hélice: Matriz del estado del arte. *Gestión de la innovación para la competitividad*. Ciudad de México.

- Porter, M. (2007). La ventaja competitiva de las nacionales. *Harvard Business Review*, 85(11), 69-95. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2469800>
- Ramirez, J., & Alzate, A. (2016). Aproximación a una valoración cuantitativa de la competitividad. *Revista de Investigación*, 9(1), 121-134. Obtenido de <https://revistas.uamerica.edu.co/index.php/rinv/article/view/46>
- Rocha, J., & Echavarría, S. (2017). Importancia de las TICs en el ambiente empresarial. *Universidad de la Salle*, 22.
- Rodríguez, C., Rodríguez, M., Mahauad, M., & Martínez, A. (2017). Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del modelo de negocio de las agencias de viajes en Ecuador: del ámbito analógico al digital. *Revista Espacios*, 38(59), 3. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n59/a17v38n59p03.pdf>
- Ruiz, C. (2002). *Instrumentos de Investigación Educativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Saavedra, M., & Milla, S. (2017). La competitividad de la Mipyme en el nivel micro: El caso de Querétaro, México. *En Contexto*, 5(7), 175-203. Obtenido de <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/453/601>
- Sallenave, P. (2014). *La gerencia integral ¿no le tema a la competencia, témale a la incompetencia!* Bogotá: Norma.
- Schumpeter, J. (1976). *Capitalism, Socialism and Democracy*. George Allen & Unwin (Publishers).
- Seguí, L., Clemente, J., Medina, R., & Grueso, M. (2019). Sustainability and Competitiveness in the Tourism Industry and Tourist Destinations: A Bibliometric Study. *Sustainability*, 11(22). Obtenido de <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/22/6351>
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y sociedad*, XXXI(2), 179-198.
- Tamayo y Tamayo, M. (2001). *El proceso de la investigación científica*. México D.F: Grupo Noriega Editores.
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: how do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, 17(4), 220-232. Obtenido de [https://econpapers.repec.org/article/wlyustdv/v\\_3a17\\_3ay\\_3a2009\\_3ai\\_3a4\\_3ap\\_3a220-232.htm](https://econpapers.repec.org/article/wlyustdv/v_3a17_3ay_3a2009_3ai_3a4_3ap_3a220-232.htm)

Valladares, O., Aguirre, A., & Prieto, J. (2019). “Turismo: Driver de crecimiento de las empresas de la industria turística en los municipios costeros del Golfo de Morrosquillo del departamento de Sucre”. *Adgnosis*, 8(8), 116-128. Obtenido de <https://publicaciones.americana.edu.co/index.php/adgnosis/article/view/368>

World Economic Forum. (2019). *Global Competitiveness Report*. Geneva: WEF. Obtenido de <https://es.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2019>