

Medición de la competencia de las pequeñas empresas del sector turístico colombiano, factores y variables

Measurement of the competition of small businesses in the Colombian tourism sector, factors and variables

Wilson Ricardo Pinillos-Castillo

Universidad de Cundinamarca, Colombia

wrpinnlos@ucundinamarca.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0003-3248-8146>

Ángela Helena Duarte-Camacho

Universidad Nacional de Colombia, Colombia

ahduarte@ucundinamarca.edu.co

 <https://orcid.org/0009-0002-8855-2928>

Odair Triana Calderón

Universidad de Cundinamarca, Colombia

odair@ucundinamarca.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-3288-474X>

Revista Política, Globalidad y
Ciudadanía vol. 11 núm. 21 34 54 2025

Universidad Autónoma de Nuevo León
México

Recepción: 16 Agosto 2023
Aprobación: 24 Mayo 2024
Publicación: 16 Diciembre 2024

Resumen: La productividad industrial como la capacidad que le permite a las organizaciones gestionar de manera eficiente los recursos internos y externos que influyen en su presencia en el mercado sigue siendo un tema de interés en el contexto académico desde la aparición de las primeras apuestas de Porter en la década del 90. El presente artículo tiene como objetivo determinar los principales factores y variables que pueden emplearse en la medición de la competencia de las Pequeñas Empresas del sector turístico colombiano. Para su desarrollo se llevó a cabo un proceso de investigación con enfoque mixto; mediante al consulta y análisis de información secundaria sobre los diferentes modelos de competitividad de donde se eligieron los factores y variables aplicables al contexto empresarial colombiano y como fuente primaria, la aplicación de un cuestionario a 15 expertos para la valoración del grado de coherencia, relevancia y claridad y los aspectos elegidos para la medición de la competencia. Entre los resultados se encuentra la identificación de 8 factores para la medición de la competitividad que se ajustan a la condiciones, características y naturaleza de las empresas de servicios turísticos en Colombia, además de validación de 31 variables que deben considerarse en el proceso.
Palabras clave: competencia, pequeña empresa, productividad industrial.

Abstract: Industrial productivity as the capacity that allows organizations to efficiently manage the internal and external resources that influence their presence in the market continues to be a topic of interest in the academic context since the appearance of Porter's first bets in the 1990s. The objective of this article is to determine the main factors and variables that can be used to measure the competition of small companies in the Colombian tourism sector. For its development, a research process was carried out with a mixed approach; through the consultation and analysis of secondary information on the different models of competitiveness from which the factors and variables applicable to the Colombian business context were chosen, and as a primary source, the application of a

questionnaire to 15 experts for the evaluation of the degree of coherence, relevance and clarity and the aspects chosen for the measurement of competition. Among the results is the identification of 8 factors for the measurement of competitiveness that adjust to the conditions, characteristics and nature of tourism service companies in Colombia, in addition to the validation of 31 variables that should be considered in the process.

Keywords: competition, industrial productivity, small business.

1.- INTRODUCCIÓN

El turismo en pleno siglo XXI se caracteriza por ser una industria en constante crecimiento y que afronta una serie de desafíos para consolidarse a nivel global (Altimira & Muñoz, 2007; Brida et al., 2014). El sector turístico está adoptando tendencias de comportamiento global, pero con variaciones derivadas de factores como las condiciones y tipología del destino, el nivel de desarrollo de su gestión territorial, las condiciones de oferta y demanda, entre otros. Estas tendencias buscan posicionar al sector de manera competitiva en mercados cada vez más complejos y diversos (Figueroa et al. 2019).

La importancia del sector a nivel mundial es significativa, dado que alrededor del 8% de la población mundial está empleada en él. Este sector ha sido objeto de numerosos estudios que utilizan hipótesis, teorías y modelos empíricos para explicar su relevancia económica y su impacto en la sociedad (Castro-González & Feliberty-Lugo, 2018). En los últimos tiempos, el sector turístico se ha convertido en un motor económico para muchas regiones y países del mundo, experimentando transformaciones significativas debido a avances tecnológicos, cambios en las preferencias de los consumidores y la evolución de la demanda. Estos cambios han llevado a una mayor diversificación de la oferta turística ya una mayor competencia en el mercado (Lizcano, 2013). El turismo ha experimentado un crecimiento importante en la economía mundial en los últimos años, siendo un sector clave para el desarrollo económico de muchos países. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en el sector turístico a nivel global, con restricciones de viaje, cierres de fronteras y una disminución en la demanda turística, lo que ha generado desafíos adicionales para la recuperación y su reactivación (Caballero et al., 2018).

La situación actual del mercado turístico colombiano presenta grandes retos relacionados con la incursión de grandes marcas extranjeras, la recuperación de la demanda internacional y con ello la exigencia de estándares de alta calidad. A nivel empresarial según Informes de Confecámaras (obtenidos del Registro Único Empresarial y Social – RUES) en Colombia al cierre del año 2021 se contaba con 1.628.621 empresas formalmente constituidas con operaciones en el mercado, de las cuales, el 0,49 % corresponde a empresas grandes, el 1,63 % medianas, 6,0 % pequeñas y el 91,83 % a microempresas (Confecámaras, 2022).

Respecto al sector turístico, de acuerdo con cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), en el año 2022 se contó con un registro de 84.929 prestadores de servicios turísticos con registro activo en el Registro Nacional de Turismo - RNT, concentrados principalmente en Viviendas Turísticas (45,78 %), Establecimientos de Alojamiento (20,96 %) y Agencias de Viajes

(15,05 %) (MINCIT, 2023), prestadores que se ubican en la categoría de Pequeñas Empresas prioritariamente (cerca del 42%), situación profundiza las brechas competitivas, especialmente la capacidad de operación que tienen industrias del sector, frente al despliegue tecnológico y recursos de sus rivales de mercado.

Los retos que enfrenta el turismo en términos de la oferta y en particular de los prestadores de servicios turísticos se encuentran: Sobredemanda y Congestión en los destinos, la sostenibilidad ambiental, un desarrollo desigual en territorios y organizaciones, mayor exigencia en calidad de los servicios, Cambios en las preferencias del viajero, aumento de la competencia global, falencias en la gestión de la diversidad cultural, bajo nivel de innovación y tecnología, Formación y Capacitación, Planificación y Regulación y sus impacto Sociales UNWTO. (2022).

En este contexto, el presente artículo busca identificar los principales factores y variables que inciden en la productividad industrial con el fin de adaptarlos al contexto del mercado turístico y en particular a las condiciones y naturaleza de las diferentes empresas de servicios turísticos en el país. Para cumplir con este propósito se analizarán las principales teorías y modelos sobre competencia y en particular las que permiten la medición en el contexto empresarial para luego identificar los factores y variables que allí se proponen, realizar una validación de estos para su adaptación al mercado turístico a partir de la consulta con un panel de expertos.

2.- FUNDAMENTO TEÓRICO

La competitividad o competencia para Murths, (1998) como se cita en Jiménez et al. (2009) es un concepto que tiene sus raíces en el latín, proviene del término “competitivo” derivado del verbo “competere” el cuál significar competir o concurrir. En un sentido general representa la rivalidad que existe entre la organización con el fin de alcanzar una posición destacada en un mercado (Porter 1990) El término era utilizado para describir las condiciones económicas favorables de las corporaciones frente a la competencia en el mercado, sin embargo, con el paso del tiempo el concepto ha evolucionado, contando en la actualidad con aplicaciones en diferentes sectores, incluido el turismo, donde se han desarrollado modelos específicos para evaluar el grado de competencia, principalmente desde el contexto del destino (Jiménez et al., 2009).

Aunque los primeros abordajes del concepto de competencia fueron desde la perspectiva de nación, autores como *Porter (1990)* y Scott y Lodge (1995) indican que la competencia de un país depende principalmente de la capacidad de sus industrias para la generación de valor, aspecto que tiene una menor dependencia de las condiciones naturales del país y asociada con las estructuras y estrategias

competitivas de la industria y por tanto, de las organizaciones que las integran. En este

sentido, las condiciones que propicien las organizaciones para producir sus bienes y servicios con la calidad y con el precio adecuado le permitirán abordar de forma más eficiente las necesidades de sus clientes con respecto a los esfuerzos de su competencia (Jiménez et al., 2009).

Modelos de Competencia

En el escenario mundial y en el ámbito académico son varios los esfuerzos que se han dado en las últimas décadas para definir la forma de analizar y determinar la competencia. Sin embargo, los modelos a los que hace mayor referencia en las publicaciones académicas y científicas, así como en los informes o apuestas de instituciones son el mapa de competencia del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la versión dispuesta por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

En el modelo del BID se contemplan aspectos internos que tienen una influencia directa en la capacidad de las organizaciones para competir eficientemente en un entorno empresarial. Martínez & Álvarez, (2006) describe que las nueve áreas de la organización que se interrelacionan e inciden en su desempeño son; Planeación estratégica, Producción y operaciones, Aseguramiento de la calidad, Comercialización, Contabilidad y finanzas, Recursos humanos, Gestión ambiental y Sistemas de información. Para Mora-Riapira et al. (2015) y Bermeo & Guzmán, (2018), la planificación estratégica se destaca como una variable crucial en el mapa de competencia, dado que permite a las empresas establecer objetivos a largo plazo, identificar oportunidades y amenazas, a fin de alinear sus recursos y acciones para lograr una ventaja competitiva sostenible.

En este sentido, autores como Carreras et al., (2018) indican que las habilidades gerenciales son otro aspecto fundamental en la productividad industrial, ya que la capacidad de liderazgo, la toma de decisiones efectivas y gestión eficiente de los recursos humanos son determinantes para el éxito de las organizaciones. Así mismo, la adaptabilidad se ha identificado como un impulsor clave de la competencia y la sostenibilidad económica, ya que las organizaciones deben ser capaces de ajustarse a la dinámica del entorno y responder de manera ágil a las demandas del mercado. (Macías et al., 2022), estos aspectos proporcionan un marco integral para evaluar y mejorar la capacidad de las empresas para competir en un mercado globalizado y en constante evolución.

Por otra parte, la CEPAL establece que la competencia no depende únicamente de las funciones de producción a nivel micro y macroeconómico de una nación, sino que, además, se articula con las políticas y proyectos de orden gubernamental y gremial encaminadas al fortalecimiento empresarial, dándole un carácter sistémico a la competencia (CEPAL, 2001). En este sentido, Ponce et al. (2007) y

Rodríguez et al., (2022) coinciden al señalar que la competencia sistémica integra diversos factores internos y externos que impactan en la capacidad de las organizaciones y naciones para competir, incluyendo aspectos como la innovación, la eficiencia de las instituciones, la sofisticación del mercado y la forma que esos aspectos se relacionan con la capacidad de la organización para adaptarse o atender los cambios que el entorno le depara.

La CEPAL en las investigaciones de la última década destaca la importancia que tienen las capacidades tecnológicas como detonantes de las potencialidades de las estructuras productivas de las empresas y su impacto en el desarrollo económico nacional, (Brunini et al., 2013). En este sentido, la interacción existente entre las estructuras del Estado y las organizaciones privadas constituyen uno de los factores de mayor relevancia en la teoría de la competencia sistémica. De igual forma, el desarrollo exitoso de las industrias no solo parte de las condiciones de su entorno, implica la interacción efectiva de los factores macro y micro (Báscolo et al., 2009), esta interacción involucra los aspectos políticos y socioculturales y las pautas de cooperación institucional entre las entidades públicas y privadas que permitan promover la competencia (Rivera et al., 2020). Contar con un entendimiento y gestión oportuna de estos factores, le aporta a la organización oportunidades en la mejora y optimización de procesos, el acceso a recursos y elevar su posición competitiva en el mercado, Subiabre & Chacur (2015).

De la competencia sistémica y la productividad industrial

Analizar la relación existente entre la competencia sistémica y la productividad industrial es fundamental para comprender cómo los diferentes niveles de interacción y factores influyen en la capacidad que desarrollan las empresas para competir. La CEPAL considera que la interacción de diversos factores internos y externos que influyen en la capacidad de las organizaciones. Aspectos como la innovación, la eficiencia de las instituciones, la sofisticación del mercado y la capacidad de adaptación con la que cuentan las organizaciones para hacer frente a los cambios del entorno (Medeiros et al., 2020). En este sentido, la productividad industrial se concentra en la capacidad que desarrolla una empresa para competir de manera efectiva en su mercado, competencia que se basa en la capacidad de la empresa para ofrecer productos o servicios de calidad, a precios competitivos y de manera eficiente.

La productividad industrial a su vez se ve influenciada por aspectos como la gestión del conocimiento, la innovación, las habilidades gerenciales y la adaptabilidad (Carreras et al., 2017). En este sentido, la relación de la competencia sistémica y la empresarial radica en que esta última no solo depende de sus propias acciones y estrategias internas, sino también de cómo interactúa con el entorno más amplio

en el que opera. Los factores sistémicos, como las políticas gubernamentales, la infraestructura, la cultura empresarial y la colaboración entre actores públicos y privados pueden influir en las capacidades con las que una empresa para compite en el mercado (Medeiros et al),, 2020

La productividad industrial se ha vinculado estrechamente con la creación de valor y la consolidación de desempeños superiores de la organización en el mercado. Este sentido, la competencia se determina en relación con el aumento sostenido que pueda conseguirse sobre la productividad, a partir de las capacidades de la empresa para generar. Este enfoque en la creación de valor se asumen las apuestas de Porter en la adopción de estrategias competitivas como el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque, sin embargo, la productividad industrial en la actualidad también implica procesos de innovación, estrategias para la gestión del conocimiento y acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) (Carhuaz & Capurro, 2018).

La RSE ha surge como estrategia de las organizaciones para reducir los impactos negativos derivados de su operación con la finalidad de sus relaciones con sus stakeholders y aumentar la competencia y la productividad. En este sentido, la gestión del conocimiento tiene un rol determinante en la mejora de la competencia, debido que prepara a las empresas frente a los cambios del entorno y la forma de afrontarlos, a la vez que fomenta la innovación permanente.

La gestión de la competencia en la actualidad desempeña un papel fundamental en la sostenibilidad y el éxito en las organizaciones y está directamente asociada con su capacidad para mantener y mejorar su posición en el mercado. En primer lugar, la competencia es esencial para que las organizaciones puedan diferenciarse de sus competidores y destacarse en un mercado saturado, según (Anica-Popa & Cucui, 2009), la inteligencia es crucial para sustentar y mejorar la ventaja competitiva sobre los competidores. Esto implica que las empresas deben estar constantemente informadas sobre los movimientos de la competencia para poder adaptarse y responder de manera efectiva.

Wickramasinghe (2006) destaca que la gestión del conocimiento es fundamental para abordar los desafíos empresariales actuales y aumentar la eficiencia de los procesos comerciales centrales, al tiempo que se incorpora la innovación continua. La capacidad de crear y transferir conocimiento dentro de la organización es crucial para mantener la competencia en un entorno empresarial en constante evolución. Otro aspecto importante es el uso de herramientas como el benchmarking para mejorar la gestión de la competencia. Puzyrova (2020) señala que el benchmarking se ha convertido en un elemento integral en el paradigma de gestión empresarial efectiva y en la práctica de gestión estratégica para mejorar los resultados de cualquier empresa que desee superar a sus competidores y ser resistente a los cambios en el entorno externo e interno

Competencia en el sector turístico

En el contexto del sector turístico la competencia está influenciada por una serie de factores internos que juegan un papel crucial en su desempeño y éxito de organizaciones que lo integran. Entre los estudios que se han realizado sobre el tema, se destaca la importancia de factores como la colaboración entre empresas, la innovación, la gestión empresarial, las capacidades dinámicas, la calidad, la gestión de los recursos humanos, la productividad, la tecnología, la planificación estratégica y la estructura organizativa. Según Mejía et al., (2019) la colaboración entre empresas en el sector turismo puede aumentar significativamente su nivel de competencia. El autor pudo establecer que el trabajo conjunto permite elevar los niveles de competencia de este tipo de empresas, en el estudio que realizó con 402 empresas del sector, pudo determinar que aquellas que colaboraban alcanzaban un nivel de competencia del 58%, en comparación con el 31.5% de aquellos que operaban de forma individual (Mejía et al., 2019). La innovación también se destaca como un factor clave para la competencia en el sector turismo, ya que las empresas deben estar constantemente innovando para mantenerse a la vanguardia del mercado y satisfacer las demandas de los clientes Garcés & Delgado (2020).

De igual forma, Vázquez-Rueda et al., (2019) indica que la capacidad de adaptación a las nuevas tendencias y tecnologías es fundamental para mantener una posición competitiva en la industria turística y dependen de una gestión empresarial eficaz, el desarrollo de capacidades dinámicas y la calidad de los recursos humanos como factores internos que inciden en la competencia. La correcta administración de las áreas funcionales y la estructura orgánica son aspectos clave que determinan la productividad industrial en el sector turismo y que asocian directamente con la gestión de valor del mismo (Vázquez-Rueda et al., 2019).

3.- MÉTODO

Diseño

Investigación de carácter descriptivo y diseño transversal (Tamayo & Tamayo, 2003 y Kinnear & Taylor, 1998) centrado en el análisis de los factores y variables asociados a la productividad industrial y su medición a partir de la revisión de referentes y modelos consultados. De manera complementaria, se usó un enfoque cualitativo Cruz Páez, (2024), Barreiro Mariño, (2020) & Mesias (2017), tanto en el análisis de la información teórica documental como en los resultados de la entrevista expertos.

Se acudió a fuentes secundarias y primarias. Entre las secundarias se encuentran los artículos y modelos sugeridos por organizaciones

públicas que proporcionan la información de referencia para el caso en estudio (Tancara, 1993), profundizando en las teorías sobre medición de competencia. Como fuente primaria las percepciones de expertos frente a los factores y variables aplicables al contexto turístico, a partir de la validación de la pertinencia, coherencia y claridad de estos mediante la aplicación de un cuestionario aplicado de forma directa a los expertos consultados (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, (2008) y Bernal-García et al., (2020).

La entrevista a expertos como instrumento de recolección de datos primarios, se incorpora a la investigación gracias al nivel de profundidad que proporciona, la flexibilidad y la facilidad de adaptación a las características del entrevistado (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Valera Ruiz, 2013), lo anterior, complementa con la interpretación de las fuentes secundarias, a través de un análisis documental en donde la descripción y representación de los documentos de forma estructurada y sistémica (Salazar et al 2023 y Dulzaides Iglesias & Molina Gómez, 2004) permite la definición los factores aplicables a las empresas del sector turístico.

Participantes

La elección de los entrevistados partes del muestreo no probabilístico por juicio (Malhotra, 2008), en donde los entrevistados fueron elegidos a partir del grado de conocimiento del sector turístico y la experiencia en el estudio de la competencia a nivel empresarial.

Instrumentos

La entrevista la integran 56 preguntas distribuidas en los factores resultados del análisis documental, frente a los cuales se solicitó a los expertos valorar cuantitativamente el grado de coherencia, relevancia y claridad de estos (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, (2008) y Bernal-García et al., (2020). Es importante resaltar que el método aplicado es individual, es decir, ningún experto tuvo contacto con otro, garantizando que los elementos aportados por cada uno, son comparados con la teoría buscando mantener la veracidad de la coincidencia en los datos, que de acuerdo con Robles Garrote & Rojas (2015) el instrumento aplicado debe contener en el juicio de los expertos la validez y fiabilidad para eliminar, incorporar o modificar aspectos que se consideren relevantes enriqueciendo los resultados de la investigación (2015).

Procedimientos

Los resultados obtenidos se analizan a través del programa SPSS lo que permitió identificar los elementos más significativos por cada factor, y aportó a la propuesta de un mecanismo de medición sobre la competencia de las Pequeñas Empresas del sector turístico del país.

4.- RESULTADOS

La revisión realizada en bases de datos como Science Direct, Scopus, Redalyc, entre otras, a partir de palabras de búsqueda como,

Competencia, Productividad industrial, Enfoques de competencia y Modelo de competencia, permitió identificar los principales los principales referentes de investigación, información que fue seleccionada a partir de diferentes criterios de exclusión, dando como resultado:(Tabla 1)

Tabla 1: Conceptos de Competencia

Concepto	Autor
La capacidad de la organización de mantener sus costos unitarios al nivel de sus competidores o inferior a fin de elevar sus ganancias.	Markusen (1992)
La reducción de los costos unitarios como factor de productividad de la organización.	Porter (1990)
La capacidad de las empresas de mantener o aumentar la cuota de productos en el mercado derivado de sus capacidades competitivas o del desarrollo de estas.	Ferraz, Kupfer y Haguenaer, (1996)
El resultado de un crecimiento endógeno derivado de la gestión del capital humano, los procesos de innovación, la infraestructura disponible por parte de la organización.	Lucas (1988), Romer (1990), Aghion y Howitt (1992) y Barro (1990)
El resultado favorable de la interacción de una empresa con sus competidores, su relación con el entorno nacional y el aprovechamiento de la estructura productiva de una nación.	Matallana Kuan et al., (2022)

Elaboración propia, sobre la base de Medeiros et al., (2020), Ubfal (2004) y otros autores

El resultado de la búsqueda en bases de datos permite confirmar que la capacidad competitiva de la organización, entre otras cosas, con los procesos productivos, la gestión del capital humano, la estructura organizacional y los procesos de innovación de las organizaciones y que redundan en el crecimiento endógenos de las mismas, siempre y cuando las condiciones del entorno nacional y del sector los favorezcan. Aspectos que no son ajenos a las condiciones del mercado turístico en lo que respecta a su configuración como sector (Muñoz, et, al 2012).

Adicional a lo anterior, es necesario identificar los diferentes modelos y enfoques de competencia, con el fin de analizar cuáles son los factores que inciden en el mercado y la forma en que se asumen o aplican al contexto turístico. Para ello, se tomaron los aportes de Medeiros et al., (2020), Millán-García & Gómez-Díaz, (2018) ya otros autores, información que se presenta en la siguiente tabla.(Tabla 2)

Tabla 2: Comparación de enfoques para el análisis de la competencia

Factores		Niveles	
Sistémicos	Aspectos sobre los que no existe ningún tipo de control, como la infraestructura, los aspectos macroeconómicos, los políticos y legales, sociales, normativos e internacionales.	Meta	Condiciones país; aspectos sociales, Ambientales, Económicos, Educación, Desarrollo Tecnológico, Nivel de Industrialización.
		Macro	Aspectos Macroeconómicos; estabilidad económica y de mercado, reformas políticas, gasto público, aspectos fiscales y presupuesto.
Estructurales	Aspectos externos sobre los cuales no se tiene control directo, dadas las condiciones de la competencia, y la dinámica de mercado.	Meso	Grado de desarrollo o existencia de: redes empresariales o de sector, Clúster o nuevas formas de gestión empresarial.
Empresariales	Aspectos que están bajo el control de la organización y a partir de los cuales se pueden lograr ventajas competitivas; optimización estratégica y de procesos, desarrollo y capacidad tecnológica, recursos humanos, entre otros.	Micro	Relativo a las organizaciones y la forma de afrontar los retos del mercado a partir de sus recursos y capacidades.

Elaboración propia, sobre la base de Medeiros et al., (2020) y Millán-García & Gómez-Díaz, (2018) y otros autores consultados.

Desde el análisis de los autores consultados, se concluye que la competencia tiene un carácter sistémico, es decir, que es el resultado de la interacción e interdependencia de diferentes factores que pueden analizarse en los siguientes niveles: Micro, Meso, Macro y Meta, Báscolo et al., (2009), Medeiros et al., (2020). Dicha interacción parte de las vinculaciones que las empresas tiene con las organizaciones a nivel sectorial y a través de ellas con las instituciones del estado que favorecen un ambiente productivo y económico establece, ya sea a nivel regional o nacional (Subiabre & Chacur 2015). La forma en la que se relacionen las diferentes políticas de estado con los proyectos e iniciativas del sector como la consolidación de redes empresariales, clúster y demás encadenamientos productivos permite identificar y gestionar de forma más eficiente los cambios que las empresas deben implementar para lograr ventajas competitivas que redunden en mejores procesos y gestión, mayor visibilidad en el mercado y por ende una mayor capacidad competitiva (Rivera et al., 2020).

Sin embargo, se hace necesario establecer un conceso sobre los factores y variables que desde el contexto micro o empresarial aplican a las organizaciones productivas del sector turístico dado que los enfoques y propuesta analizadas corresponden principalmente a

aplicaciones en el contexto industrial, sin considerar que la oferta productiva de este mercado cuenta con unas características diferenciales por su tamaño, naturaleza y su misma oferta de servicios. (Tabla 3)

Tabla 3: Comparación de Modelos de medición de la Competencia

Modelos	BID	CEPAL	ICONTEC
Objetivo	Determinar de la competencia en la pyme latinoamericana	Medir el nivel de competencia en Pequeñas Empresas del sector TIC de la Región Metropolitana.	Elevar el nivel de competencia de las organizaciones y prestadores de servicios turísticos.
Factores	1.- Planeación estratégica 2.- Producción y operaciones 3.- Aseguramiento de la calidad 4.- Comercialización 5.- Contabilidad y finanzas 6.- Recursos humanos 7.- Gestión ambiental 8.- Sistemas de información	1.- Gestión empresarial 2.- Gestión de los procesos 3.- Gestión de la innovación	1.- Gobernanza 2.- Gestión empresarial 3.- Sostenibilidad 4.- Accesibilidad 5.- Innovación 6.- Tecnología 7.- Seguridad

Elaboración propia (2024). Nota: Comparación de los modelos de productividad industrial a partir de las fuentes consultadas.

En el comparativo realizado, se incluyen los aspectos contenidos en la Especificación Normativa Disponible (END) número 183 del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). La END 183 es el resultado del trabajo articulado del Instituto Distrital de Turismo (IDT), entidad encargada de la gestión de destino de Bogotá D.C. en Colombia y el ICONTEC. Es un documento que recoge los principales lineamientos a través de los cuales se puede asegurar la calidad en la actividad turística desde una perspectiva integral (ICONTEC, 2022). El documento se basa en el modelo de Gestión Integral Inteligente, con el cual se establecen 7 ejes (Gobernanza, Gestión empresarial, Sostenibilidad, Accesibilidad, Innovación, Tecnología y Seguridad) que favorecen el aseguramiento de la calidad del servicio o experiencia que ofrece una organización turística en el destino.

Al interior de cada eje, la END 183 define los diferentes criterios y acciones que permiten fortalecer la gestión integral inteligente. Estos aspectos responden, en principio, a los tipos de organizaciones que hace parte de la oferta turística del destino y favorecen la articulación de estos con las entidades tanto públicas como privadas de este mercado.

La medición de la productividad industrial es crucial para comprender y mejorar el desempeño de las organizaciones en un entorno competitivo. Diversos modelos de medición han sido propuestos en la literatura académica para evaluar la competencia de

las empresas. Algunos de los principales modelos de medición de la productividad industrial incluyen:(Tabla 4)

Tabla 4: Modelos de medición de la Productividad industrial

Modelo	Descripción
Modelo de Incertidumbre Ambiental y Fuerzas Motrices	Chen & Paulraj (2004) proponen un modelo que incluye factores de incertidumbre en la demanda, la oferta y la tecnología, así como fuerzas motrices que contienen elementos como enfoque en el cliente, apoyo de la alta dirección, prioridades competitivas, compras estratégicas y tecnología de la información.
Modelo de Innovación y Estrategia de Mercado	Zott & Amit (2007) sugieren que los modelos de negocio centrados en la novedad, combinados con estrategias de mercado de productos que enfatizan la diferenciación, el liderazgo en costos o la Entrada temprana al mercado, mejoran el rendimiento de la empresa.
Modelo de Competencia y Estrategias Genéricas	Straková et al. (2022) recomiendan a las empresas utilizar tres estrategias genéricas competitivas basadas en el monitoreo de costos, la diferenciación del portafolio corporativo y la focalización de la producción o servicios en un segmento de mercado estrecho.

Elaboración propia (2024), a partir de autores citados.

Estos modelos ofrecen enfoques diferentes para evaluar y comprender la productividad industrial, considerando aspectos como la innovación, la estrategia de mercado, la incertidumbre ambiental, las fuerzas motrices internas y externas, y las estrategias genéricas competitivas. Al integrar estos modelos de medición, las organizaciones pueden obtener una visión más completa de su posición competitiva y a partir de ellos desarrollar estrategias efectivas que permitan mejorar y consolidar su desempeño en el mercado. Esta información constituye el marco referencia sobre el cual se diseña la validación de constructos, y variables, como propósito de la investigación.(Tabla5)

Tabla 5: Factores y variables para medir la productividad industrial en turismo

Factor investigado	Variables identificadas
Gestión empresarial	Objetivos estratégicos, Planificación, procesos, modelo de gestión, plataforma estratégica (visión y misión)
Operación y gestión del servicio	Calidad del servicio, Procesos de mejora continua, Atención y servicios al cliente, enfoque de servicio, la innovación en el servicio y una gestión eficiente de los procesos de servicio.
Aseguramiento de la calidad	Gestión de la calidad, procesos y procedimientos definidos, normas, el servicio, modelo de calidad, estándares, seguimiento y evaluación
Gestión de mercadeo y comercialización	Estrategias y planes, políticas de descuentos, promoción, marketing digital, análisis del consumidor, análisis de mercados, propuesta de valor, indicadores y métricas de seguimiento, portafolio, condiciones comerciales.
Estrategia y gestión financiera	Planeación financiera, indicadores financieros, solvencia, balance, plan de gastos, presupuesto, seguimiento y evaluación, proveedores y políticas financieras
Gestión de los recursos humanos	Desarrollo organizacional, contratación de personal, desarrollo del personal, capacitación y remuneración, motivación y clima laboral
Gestión ambiental	Prácticas ambientales, sostenibilidad, políticas ambientales, concientización medio ambiental, promoción y promoción y cuidado del medio ambiente, reducción de residuos
Tecnologías y sistemas de información	Uso de sistemas de información, procesos digitales, implementación tecnológica, inteligencia artificial, gestión de la tecnología, comunicación digital, comercio electrónico, información, capacitación y seguridad informática.

Elaboración propia (2024).

Validación del instrumento

A partir de los resultados del análisis documental se elabora un instrumento en el que se relacionan los 8 factores resultantes y las 56 variables asociadas a ellos. En la validación se tuvo en cuenta el procedimiento sugerido por Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, (2008) y Bernal-García et al., (2020), (1) Objetivo del juicio de los expertos, (2) Selección de jueces, (3) Descripción de factores y variables, (4) Objetivo de la Prueba, (5) Diseño de plantillas, (6) Cálculo de concordancias y (7) Conclusiones.(Tabla 6)

Tabla 6: Proceso de Validación de Instrumento

Etapas	Descripción
Objetivo del juicio	Evaluar la adaptación de los factores y variables para medir la productividad industrial al contexto de las empresas del sector turístico colombiano
Selección de jueces	6 - Expertos del sector turismo. 5 - Investigadores del sector turismo. 4 - Representantes de las Instituciones de Educación Superior (IES) con programas de formación para el sector con amplia trayectoria.
Descripción de factores y variables	El instrumento lo conforman 8 Factores y sus respectivas descripciones de constructo y las 56 variables asociados con ellos mismos como se muestra en la tabla 5.
Objetivo de la prueba	Realizar la validación del grado de Coherencia, Relevancia y Claridad de los variables asociadas a cada factor de calidad.
Diseño de plantilla	Se diseño una plantilla para la recolección de datos a partir del modelo sugerido por Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, (2008) adaptado.
Cálculo de concordancias	Aplicación del Coeficiente de Kappa Landis y Koch, (1977) como se cita en Bernal-García et al., (2020).

Elaboración propia a partir de Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, (2008) y Bernal-García et al., (2020)

Una vez aplicado el instrumento a los 15 expertos consultados se procede a almacenarlos los resultados y organizarlos en Microsoft Excel para su posterior análisis en IBM SPSS Statistics versión 20 en donde se realizó el cálculo del grado de acuerdo entre los expertos a partir de la aplicación del coeficiente Kappa de Fleiss (Bernal-García et al., 2020) para la definición del grado de Coherencia, Relevancia y Claridad de los 56 ítems que integran el instrumento. La escala empleada en la medición se basa en datos ordinales con rangos de 1-4 (Bernal-García et al., 2020) resultados del juicio de expertos, los cuáles se interpretan, posterior al cálculo del coeficiente Kappa de Fleis a partir de la escala sugerida por Landis y Koch (1997) como se cita en Bernal-García et al., (2020) para determinar el grado de concordancia (0,00 – Pobre; 0,1-0,20 – Leve; 0,21-0,40 – Aceptable; 0,41-0,60 – Moderada; 0,61-0,80 – Considerable; 0,81-1,0 – Casi Perfecta) (Ilustración 1)

Overall Kappa						
	Kappa	Asymptotic Standard Error	Z	P Value	Lower 95% Asymptotic CI Bound	Upper 95% Asymptotic CI Bound
Overall	.439	.008	52.071	.000	.423	.456

Kappas for Individual Categories							
Rating Category	Conditional Probability	Kappa	Asymptotic Standard Error	Z	P Value	Lower 95% Asymptotic CI Bound	Upper 95% Asymptotic CI Bound
1	.168	.102	.013	7.815	.000	.076	.127
2	.517	.370	.013	28.348	.000	.344	.395
3	.245	.080	.013	6.102	.000	.054	.105
4	.900	.794	.013	60.865	.000	.768	.819

Ilustración 1: Resultados cálculo coeficiente Kappa de Fleis Evaluación Coherencia
Elaboración propia (2024) a partir de IBM SPSS Statistics versión 20

Como resultado del coeficiente de Kappa de Fleis se encuentra que el grado de coherencia de las variables asociadas a los diferentes factores para medir la competencia de las empresas en el sector turístico es moderada al contar con una calificación global de 0,439. Al detallar los resultados se encuentra un grupo de variables cuya valoración por parte de los expertos está en el rango de 1 y 2. La descripción de la escala empleada orienta la valoración y las decisiones que puedan tomarse respecto a la variable analizada. Para el valor 1 y 2, la orientación dada permite identificar con el juicio del experto si la variable no cuenta con una relación directa con el factor de medición y así poder determinar cuáles de ellas ubicadas en estos dos rangos son susceptibles de ser eliminadas del instrumento.(Ilustración 2)

Overall Kappa						
	Kappa	Asymptotic Standard Error	Z	P Value	Lower 95% Asymptotic CI Bound	Upper 95% Asymptotic CI Bound
Overall	.416	.008	50.618	.000	.400	.432

Kappas for Individual Categories							
Rating Category	Conditional Probability	Kappa	Asymptotic Standard Error	Z	P Value	Lower 95% Asymptotic CI Bound	Upper 95% Asymptotic CI Bound
1	.246	.156	.013	11.976	.000	.131	.182
2	.599	.448	.013	34.378	.000	.423	.474
3	.185	.027	.013	2.102	.036	.002	.053
4	.838	.701	.013	53.726	.000	.675	.726

Ilustración 2: Resultados cálculo coeficiente Kappa de Fleis Evaluación Relevancia
Elaboración propia (2024) a partir de IBM SPSS Statistics versión 20

Overall Kappa						
	Kappa	Asymptotic Standard Error	Z	P Value	Lower 95% Asymptotic CI Bound	Upper 95% Asymptotic CI Bound
Overall	.374	.008	47.763	.000	.359	.390

Kappas for Individual Categories							
Rating Category	Conditional Probability	Kappa	Asymptotic Standard Error	Z	P Value	Lower 95% Asymptotic CI Bound	Upper 95% Asymptotic CI Bound
1	.478	.334	.013	25.611	.000	.308	.360
2	.449	.307	.013	23.503	.000	.281	.332
3	.223	.081	.013	6.198	.000	.055	.106
4	.773	.605	.013	46.370	.000	.579	.630

Ilustración 3: Resultados cálculo coeficiente Kappa de Fleis Evaluación Claridad
Elaboración propia (2024) a partir de IBM SPSS Statistics versión 20

Finalmente, la valoración de la claridad de las variables evaluadas presenta una valoración de 0,374 ubicándola en el rango de Aceptable. El análisis de los resultados permite establecer que existe un alto porcentajes de ítems que requieren ajustes significativos en términos de redacción (un total de 20 ítems del instrumento) de los cuáles cerca de 10 pueden ser objeto de eliminación del cuestionario por no cumplir con el criterio de relevancia en la medición que se desea realizar (ilustración 3). De igual forma de se identificaron 18 ítems que requieren algún tipo de ajuste en su redacción, modificación que permitirán su incorporación efectiva al instrumento al superar las novedades reportadas por los expertos a la vez que permiten integrar algunos aspectos que se repiten en otras de las variables que se eliminaran.

Teniendo como base los resultados descritos y las observaciones registradas por los expertos consultados, se procede a realizar el análisis cualitativo del instrumento tal como se menciona en el apartado de claridad a las 56 variables distribuidas en los 8 factores para la medición de la competencia. Entre los ajustes realizados se encuentra; la eliminación de 25 ítems (2 de Gestión Estratégica, 2 de Operación y Gestión del Servicio, 4 Aseguramiento de la Calidad, 5 de Gestión de Marketing y Comercialización, 4 de Estrategia y Gestión Financiera, 1 de Gestión de Recursos Humanos, 2 de Gestión Ambiental y 5 de Tecnología y Sistema de Información), Su eliminación de 10 de estos ítems parte de la valoración con una baja pertinencia y relevancia respecto a las condiciones o características evaluables en las empresas del sector turístico. Los 15 restantes elegidos por la posibilidad de integrarse en otras de las variables del estudio, aspecto que es atendido a partir de las modificaciones en su redacción y la identificación de indicadores que pueden incorporarse al instrumento.

El documento ajustado cuenta con las siguientes características: título “Competencia de las empresas del sector turístico” CEST por

su abreviatura, una sección de caracterización de las empresas incluidas en el proceso de medición; de acuerdo con la normatividad colombiana existen el rededor de 20 tipos de Prestadores de Servicios Turísticos (PST) con características estructurales y condiciones de oferta y servicio diferentes lo que hace necesario establecer las diferencias y brechas que existen en la su gestión y niveles de competencia. Entre los indicadores incluidos se encuentra; Ubicación, Tiempo de presencia en el mercado, Tipo de prestador.

5.- CONCLUSIONES

La competencia es un concepto que, a pesar de tiempo transcurrido desde los primeros registros académicos en el siglo pasado, sigue siendo una de las grandes preocupaciones y elementos de análisis en la agenda nacional y empresarial. Puede entenderse la competencia como el resultado de la interacción de múltiples factores que permiten a una nación sector económico u organización destacarse en un mercado en constante cambio y con altos grados de complejidad e incertidumbre. Su análisis ha permitido orientar la discusión a lo largo del tiempo sobre su carácter complejo y la variedad de factores que inciden en ella. Situación que se valida, en las consultas realizadas en publicaciones de Porter, Markusen, Ferraz, Kupfer y Haguenaue entre otros, en donde se distingue su relación con directa con la productividad y el desarrollo de capacidades para destacarse en el mercado.

Las empresas sin importar su naturaleza, tamaño o características de su oferta comercial constituyen uno de los elementos que favorecen o limitan las condiciones de competencia de un sector o industria, y, por ende, de una nación. Tal como lo confirman los autores consultados, el grado de competencia de una nación parte del nivel de desarrollo y ventajas comparativas de su industria. En este sentido, los niveles de análisis de la competencia Meta, Meso, Macro y Micro, constituyen el mapa mediante el cual podemos determinar los actores y factores que determinan las condiciones de competencia de una nación, sus industrias y las empresas que las conforman.

Sin embargo, dando alcance al propósito de esta investigación se logró establecer que a pesar de que la competencia no debe medirse de forma aisladas enfocándose solo en los factores internos o controlables por la organización, si es necesario identificar cuáles son los elementos a los que estas deben prestar atención con el fin de ser más productivos. Una organización que conoce y entiende el valor de gestionar cada uno de sus procesos internos de manera eficiente contará con mayores posibilidades de aprovechar de forma más natural las condiciones de mercado y los esfuerzos de sector y nación para su crecimiento y competencia. Sin embargo, para el caso del sector turístico no existe un conceso frente a los factores clave que inciden en la competencia de sus empresas, dado que los modelos

empleados para medir la competencia responden a las características de las empresas del sector industrial.

La revisión de literatura realizada permitió la identificación de los factores y variables que existe respecto a la medición de la competencia. En especial el Modelo del BID y la CEPAL aportan un primer acercamiento a los aspectos estratégicos a los que las organizaciones han de prestar atención en su búsqueda de condiciones competencia que favorezcan su presencia en el mercado. Los modelos de productividad industrial de Chen & Paulraj (2004), Zott & Amit (2007) y Straková et al. (2022) complementan el análisis realizado para identificar los aspectos que más co-ocurrencia tienen en la búsqueda de la competencia en las empresas (Gestión, liderazgo, productividad, aspectos tecnológicos y financieros, calidad, entre otros). Aspectos que al contrastarse con los modelos citados y el documento END 183 del ICONTEC en donde se expone el modelo de Gestión Integral Inteligente y los 7 ejes allí dispuestos permitieron la definición de 8 factores estratégicos para la evaluación y gestión de la competencia en las empresas del sector turístico.

Aunado a lo anterior, el juicio de expertos como estrategia para la valoración de las variables que se asocian a los factores de competencia elegidos constituye un mecanismo que permite dotar de rigurosidad el proceso. En este sentido, la selección de los expertos pertenecientes a las principales organizaciones del sector, investigadores con formación de doctorado en turismo e investigadores reconocidos por Minciencias, al igual que empresarios e Instituciones de educación con programas de formación relacionadas con el mercado turístico permiten que la selección y adaptación de las variables empleadas en el instrumento de medición se ajusten de forma más precisa a las condiciones y características de los diferentes tipos de Prestadores de Servicios Turísticos (PST).

La aplicación del coeficiente Kappa de Fleis proporciona mayor veracidad al instrumento al ser sometido a la verificación del grado de concordancia de los expertos consultados en términos de la coherencia, relevancia y claridad de las variables que integran el instrumento. Los resultados de esta medición permitieron realizar los ajustes que acercan más la metodología de medición a las características de las empresas del sector turístico. A pesar de que el coeficiente presentó una valoración promedio cercana al 0,41 lo que representa un grado de concordancia moderado en los tres niveles de medición, se considera que es una valoración adecuada para la consolidación del instrumento a fin de proceder a su validación mediante una prueba piloto a realizar con empresarios del sector representativos de las diferentes categorías o subgrupos de Prestadores de Servicios Turísticos (PST).

REFERENCIAS

- Altimira Vega, R. y Muñoz Vivas, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XL, 677–710.
- Anica-Popa, I. and Cucui, G. (2009). A framework for enhancing competitive intelligence capabilities using decision support system based on web mining techniques. *International Journal of Computers Communications & Control*, 4(4), 326. <https://doi.org/10.15837/ijccc.2009.4.2450>
- Barreiro Mariño, M. (16 de 12 de 2020). La enseñanza de Derechos Humanos y Valores Cívicos a través de museos de Historia en España. Obtenido de UAM. Departamento de Didácticas Específicas: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/694028>
- Bernal-García, M. I., Salamanca Jiménez, D. R., Perez Gutiérrez, N., & Quemba Mesa, M. P. (2020). Content validity by expert judgment of an instrument to measure physico-emotional perceptions in anatomical dissection practice. *Educacion Medica*, 21(6), 349–356. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.08.008>
- Bermeo, K. y Guzmán, D. (2018). La planificación estratégica y su incidencia en la competencia de la microempresa del sector de muebles de madera del cantón cuenca en la provincia del azuay. *Innova Research Journal*, 3(8.1), 1-15. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.1.2018.739>
- Brida, J. G., London, S. y Rojas, M. (2014). El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias intertemporales de los agentes. *Investigación Económica*, 73(289), 59–77. <https://www.elsevier.es/es-revista-investigacion-economica-122-articulo-el-turismo-como-fuente-crecimiento-S0185166715300035>
- Brunini, A., Fleitas, S. y Ourens, G. (2013). Espacio del producto y cambio estructural: un enfoque latinoamericano y una aplicación al caso uruguayo. *Economía E Sociedade*, 22(1), 197-235. <https://doi.org/10.1590/s0104-06182013000100007>
- Caballero, R., Miranda, M. y Moreno, M. (2018). “aproximación a la medición de revenue management en destinos turísticos”. *International Journal of World of Tourism*, 5(9), 26-55. <https://doi.org/10.12795/ijwt.2018.i09.03>
- Carhuaz, E. y Capurro, V. (2018). Social marketing: its importance in social problem solving. *Revista Científica De La Ucsa*, 5(2), 26-35. [https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005\(02\)026-035](https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005(02)026-035)

- Carreras, A., Arroyo, J. y Blanco, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la productividad industrial de las Pequeñas Empresas. *Contaduría Y Administración*, 63(3), 41. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- Carreras, A., Espejel-Blanco, J. y Cavazos-Arroyo, J. (2017). Habilidades gerenciales como estrategia de productividad industrial en las pequeñas y medianas empresas (Pequeñas Empresas). *Revista Perspectiva Empresarial*, 4(1), 7-22. <https://doi.org/10.16967/rpe.v4n1a1>
- Castro-Gonzáles, S. y Feliberty-Lugo, V. (2018). Análisis comparativo de la competencia global de las industrias turísticas de puerto rico y república dominicana. *Fórum Empresarial*, 23(2). <https://doi.org/10.33801/fe.v23i2.16409>
- CEPAL. (2001). Elementos de competencia sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del istmo centroamericano. México.
- Chen, I. y Paulraj, A. (2004). Towards a theory of supply chain management: the constructs and measurements. *Journal of Operations Management*, 22(2), 119-150. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2003.12.007>
- Confecámaras, (2022) Dinámicas de movilidad y crecimiento de las empresas colombianas, Confecámaras, Bogotá, 2022.
- Cruz Páez, F., O. (2024). Rendición de cuentas en el sistema integral para la paz en Colombia 2018-2022. *Revista Política, Globalidad y Ciudadanía*, 10(19), 89-107. <https://doi.org/10.29105/rpgyc10.19-308>
- Díaz-Bravo, Laura, Torruco-García, Uri, Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. Recuperado en 05 de mayo de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es
- Dulzaides Iglesias, M. y Molina Gómez, A. (abril de 2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200011
- Escobar-Pérez, J. y Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización (Vol. 6).
- Figueroa, W., Quintero, F., Zambrano, G. y Rodríguez, N. (2019). Identificación de atractivos turísticos de interés para el desarrollo del

- sector hotelero en los cantones de sucre, san vicente, jama y pedernales (ecuador). *Revista Internacional De Turismo Empresa Y Territorio*, 3(2), 113-130. <https://doi.org/10.21071/riturem.v3i2.12459>
- Garcés, J. y Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y productividad industrial: centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *RCS*, 26(2). <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32428>
- Jiménez, M., Valencia, J., y Arrollo, J. (2009). La competencia logística en Latinoamérica: índice logístico vs. propuesta metodológica. *Mercados Y Negocios*, (20), 85-106. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i20.5117>
- ICONTEC, (2022) Especificación Normativa Disponible (END) 183, Gestión integral inteligente en turismo. Requisitos y buenas prácticas.
- Kinnear, T. y Taylor, J. (1998). Investigación de mercados. McGraw-Hill.
- Lizcano, J. (2013). Competencia en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Revista Lebre*, 0(5). <https://doi.org/10.15332/rl.v0i5.833>
- Macías, C., Sánchez, K., Muñoz, L. y Moctezuma, J. (2022). El papel de la adaptabilidad como impulsora de la competencia y sostenibilidad económica: una revisión de literatura con enfoque descriptivo. *Revista Doxa Digital*, 12(22), 69-91. <https://doi.org/10.52191/rdojs.2022.233>
- Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados quinta edición. México: Pearson.
- Martínez, J. y Álvarez, C. (2006). Mapa de Competencia para el diagnóstico de PEQUEÑAS EMPRESAS. México, D.F.: En las memorias XI Foro de Investigación. Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática.
- Medeiros, V., Godoi, L. y Teixeira, E. (2020). La competencia y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista De La Cepal*, 2019(129), 7-27. <https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es>
- Mejía, A., Barrero, M. y Gómez, H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y productividad industrial. *Podium*, 35, 97-118. <https://doi.org/10.31095/podium.2019.35.7>
- Mesías, O. (03 de 2017). La investigación cualitativa. Obtenido de Universidad Central de Venezuela: <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2017/03/La-Investigaci%C3%B3n-Cualitativa.pdf>
- MINCIT. (2023). Registro Nacional de Turismo – RNT, Total Nacional 2022. Consultado 01 marzo de 2023. <https://portucolombia.mincit.gov.co/tematicas/registro-nacional-de-turismo-rnt-1>

- Mora-Riapira, E., Vera-Colina, M. y Melgarejo-Molina, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competencia de las MiPequeñas Empresas del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 79-87. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Muñoz Mazón, A. I., Fuentes Moraleda, L. y Fayos Solá, E. (2012). Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 437–449. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.061>
- Ponce D., M., Contreras G., M. y Vásquez S., M. (2007). Exportación de madera aserrada de conífera chilena: un análisis de su competencia. *Maderas. Ciencia y Tecnología*, 9(1), 45-57. <https://doi.org/10.4067/s0718-221x2007000100004>
- Puzyrova, P. (2020). Using benchmarking to facilitate effective business development management. *Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design Series Economic Sciences*, 143(1), 69-78. <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.1.7>
- Rivera, T., Burrola, V. y Gutiérrez, L. (2020). Capacidad de gestión de las tiendas de abarrotes de Tecate, b. c., una variable de la competencia sistémica. *Revista Nacional De Administración*, 11(1). <https://doi.org/10.22458/rna.v11i1.3007>
- Robles Garrote, P. y Rojas, M. (14 de febrero de 2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. Obtenido de Nebrija Universidad: https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf
- Rodríguez, C., German-Martínez, E., López-Ordoñez, D. y Quintero-Rengifo, E. (2022). Banca multilateral: incidencia en el desarrollo de las asociaciones público-privadas en Bogotá, Colombia. *Semestre Económico*, 24(57), 238-257. <https://doi.org/10.22395/seec.v24n57a12>
- Salazar Rodríguez, D., Rodríguez Ramírez, S. y Narváez Ferrin, M. E. (2023). Consequences of the Pandemic on Competitiveness in the Pacific Alliance. *Política, Globalidad Y Ciudadanía*, 10(19), 60–76. <https://doi.org/10.29105/rpgyc10.19-289>
- Scott, BR y Lodge, GC (1985). Competencia de Estados Unidos en la economía mundial. *The International Executive*, 27(1), 26-26.
- Straková, J., Talíř, M. y Váchal, J. (2022). Opportunities and threats of digital transformation of business models in smes. *Economics & Sociology*, 15(3), 159-171. <https://doi.org/10.14254/2071-789x.2022/15-3/9>

- Tancara, C. (1993). La Investigación Documental. Temas Sociales (17), 91-106. Obtenido de <http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rts/n17/n17a08.pdf>.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. México: Limusa.
- Ubfal, D. (2004). El Concepto de competencia. Medición y aplicación al caso argentino. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/docin/docin_cenes_015.pdf
- Millán-García, C. H. y Gómez-Díaz, M. del R. (2018). Factores e indicadores de competencia hotelera Factors and indicators of hotel competitiveness. In Compendium (Vol. 21). <http://www.redalyc.org/>
- UNWTO. (2022). Tourism Doing Business. Invirtiendo en Colombia. Organización Mundial del Turismo (OMT). <https://doi.org/10.18111/9789284423682>
- Vázquez-Rueda, L., Peraza-Garay, F., Alcalá, R. y López-Leyva, S. (2019). Competencia interna de las empresas sociales para incrementar su impacto socioeconómico. Estudios Sociales Revista De Alimentación Contemporánea Y Desarrollo Regional, 29(53). <https://doi.org/10.24836/es.v29i53.694>
- Wickramasinghe, N. (2006). Knowledge creation., 326-335. <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-573-3.ch043>
- Zott, C. y Amit, R. (2007). The fit between product market strategy and business model: implications for firm performance. Strategic Management Journal, 29(1), 1-26. <https://doi.org/10.1002/smj.642>

Información adicional

redalyc-journal-id: 6558



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=655881751003>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Wilson Ricardo Pinillos-Castillo,
Ángela Helena Duarte-Camacho, Odair Triana Calderón
**Medición de la competencia de las pequeñas empresas
del sector turístico colombiano, factores y variables**
**Measurement of the competition of small businesses in
the Colombian tourism sector, factors and variables**

Revista Política, Globalidad y Ciudadanía
vol. 11, núm. 21, p. 34 - 54, 2025
Universidad Autónoma de Nuevo León, México
revista.politicas@uanl.mx

ISSN-E: 2395-8448

DOI: <https://doi.org/10.29105/rpgyc11.21-334>



CC BY-NC-ND 4.0 LEGAL CODE

**Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-
SinDerivar 4.0 Internacional.**