

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA; CASO DE ESTUDIOS: CATACAOS, PIURA, PERÚ

TOURISM COMPETITIVENESS; CASE OF STUDIES: CATACAOS, PIURA, PERU

Autores: Patricia Barinotto Roncal

Jose Castañeda Nassi

Institución: Universidad Privada Antenor Orrego, Perú

Correo electrónico: patriciabarinotto91@gmail.com

jcastaneda@upao.edu.pe

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar el nivel de competitividad turística en tres aspectos (micro, macro y meta) considerando el enfoque sistémico establecido para la evaluación de sus componentes. También, se tendrán en cuenta las acciones realizadas por la gestión pública para lograr la competitividad esperada dentro del destino y la percepción del empresario cataquense sobre este fenómeno. Se empleó una metodología mixta bajo un enfoque cuantitativo y cualitativo de tipo descriptivo – aplicada. Se desarrollaron los niveles mediante el método del ranqueo y se establecieron tres poblaciones: empresarios, turistas nacionales y extranjeros que arriban al destino y autoridades que velan por la gestión turística. En los resultados se encontró que la actividad turística dentro del destino se desarrolla bajo ciertos criterios competitivos empíricos (no establecidos). Asimismo, se destacan factores de producción como la artesanía, la gastronomía y la filigrana. Las conclusiones del estudio mostraron que existe un nivel medio respecto a la dimensión micro (46.4 media), en el nivel macro un ponderado de (11.6 media) y en el nivel meta (6.9 media) Respecto a las acciones realizadas por las autoridades competentes de la actividad turística se evidenció la ejecución de cursos de competitividad (22%), concursos y ferias de competitividad donde se exponen las ofertas que poseen los empresarios (48 %) y capacitaciones a los empresarios (26 %). Además, se reconoció un escaso conocimiento de las políticas y la normativa vigentes que rigen la actividad turística para el fomento de la competitividad.

Palabras clave: Competitividad turística, Destino turístico, Gestión, Empresarios.

ABSTRACT

This research aims to determine the level of tourism competitiveness in three aspects (micro, macro and meta) considering the systemic approach established for the

evaluation of its components. Also, the actions carried out by public management to achieve the expected competitiveness within the destination and the perception of the Catalan businessman about this phenomenon will be taken into account. A mixed methodology was used under a descriptive - applied quantitative and qualitative approach. The levels were developed using the ranking method and three populations were established: businessmen, national and foreign tourists who arrive at the destination, and authorities who ensure tourism management. In the results it was found that the tourist activity within the destination is developed under certain empirical competitive criteria (not established). Likewise, production factors such as crafts, gastronomy and filigree stand out. The conclusions of the study showed that there is an average level regarding the micro dimension (46.4 average), at the macro level a weighting of (11.6 average) and at the target level (6.9 average) Regarding the actions carried out by the competent authorities of The tourist activity evidenced the execution of competitiveness courses (22%), competitions and competitiveness fairs where the offers that entrepreneurs have (48%) and training for entrepreneurs (26%) are exposed. In addition, a low knowledge of the current policies and regulations that govern tourist activity to promote competitiveness was recognized.

Keywords: Tourist competitiveness, Tourist destination, Management, Entrepreneurs.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de las últimas ocho décadas la actividad turística se ha caracterizado por una clara expansión geográfica y diversificación de las ofertas en los destinos turísticos más comercializados del mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 1950 solo eran cinco los países que competían entre sí en relación al arribo mundial de turistas: Estados Unidos, Canadá, Suiza, Italia y Francia. En el 2019 dicho grupo de países, el cual turísticamente fue liderado por Francia solo posee el 30 % del mercado, dando así la ventaja a que los países de sus alrededores se favorezcan incrementando su participación con la llegada de un representativo flujo turístico. Esto se debe a que se ha favorecido de manera significativa la planta turística, los medios de comunicación y el transporte lo que reduce el tiempo y costo de desplazamiento para visitar un lugar u otro. De manera que, los sitios que antes eran inaccesibles e imposibles de conocer hoy día se

encuentran habilitados para los turistas. Así han aparecido nuevos destinos turísticos no convencionales que enriquecen las opciones del viajero o turista.

La importancia actual del turismo en la sociedad y la economía se constata de diversas formas, cabe señalar que el turismo es responsable de manera directa e indirecta de la generación del 11 % del Producto Interno Bruto (PBI) y el 10 % de empleo. Asimismo, constituye una importante generación de entrada de divisas y un contribuyente activo de recursos.

Según la European Management Forum (2000) la competitividad es la capacidad inmediata y futura que poseen las empresas para diseñar, producir y comercializar productos cuyos atributos se combinan para formar un paquete mucho más atractivo de los productos similarmente ofrecidos en el mercado. Mientras que autores como Dwyer, Forsyth y Rao (2000) consideran que la competitividad turística es la capacidad que posee la industria de un país para alcanzar objetivos por encima del promedio de manera sostenida. Además, Dwyer y Kim (2003) aluden a tres grandes factores turísticos: los recursos naturales y culturales, las condiciones equivalentes a la fuerza del destino y la competitividad del destino. Sin embargo, se expone en su modelo que los recursos heredados, creados y de soporte, son los principales determinantes del éxito del destino turístico y la principal base de sostenibilidad. Asimismo, este modelo está compuesto de las condiciones situacionales, la gestión del destino y la demanda, afirmándose que las interrelaciones de estos factores alcanzan la competitividad del destino turístico el cual busca mejorar el nivel de calidad de vida de los residentes.

Otros investigadores mencionan que la competitividad se asocia con la prosperidad económica de un país Buhalis Licata (2002); Ritchie y Crouch (2000) En cambio, Bejarano (2015) afirma que la competitividad es la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes en el mercado internacional.

La investigación enmarca estudios similares que permitieron comprender de manera global la existencia de la problematización, Jiménez y Aquino (2015). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos, uso de una metodología documental que tuvo como objetivo desarrollar un sistema de medición soportados en el principio del modelo expuesto posteriormente Karelis (2018) establece que para alcanzar el desarrollo pleno de la competitividad en un determinado sector se

deben llevar a cabo acciones que permitan mantener y fortalecerse en mediano y largo plazo a través de estrategias integradoras dentro del destino.

Es importante mencionar que en la actualidad se han realizado diversos esfuerzos por adaptar conceptos y todas las herramientas descritas respecto a los destinos turísticos. Asimismo, se han elaborado modelos de competitividad turística o propuestas especialmente para los destinos. Sin embargo, los modelos resultan escasos y escuetos, lo cual no se corresponde con la importancia que posee el turismo en la actualidad. Además, algunos modelos no pueden ser articulados con sistemas de medición adecuados para los destinos según su realidad y naturaleza.

La región de Piura ha captado la atención para realizar grandes proyectos turísticos. Sin embargo, no se desarrolla el turismo bajo ningún concepto de gestión que procure su competitividad en el mercado turístico. Debido a las riquezas económicas y turísticas de este destino, la ciudad se convierte en un lugar con un alto potencial para el desarrollo de la actividad. De ahí, la necesidad de investigar si existe la posibilidad de generar una propuesta de valor a través de un modelo de competitividad lo que contemplaría una opción de generación de ingresos para los habitantes, mejoramiento de su calidad de vida y fortalecimiento de la economía regional. En este sentido, el presente estudio propone como objetivo determinar el nivel de competitividad turística en tres aspectos (micro, macro y meta) considerando el enfoque sistémico que establece La Comisión Económica de América Latina y el Caribe. Dicha organización considera como elementos distintivos de la competitividad sistémica la diferenciación en cuatro niveles analíticos (meta, macro, meso, micro). En este estudio y por fines de implicación se abordó tres de los cuatro niveles pues no se desarrolló el nivel meso debido a la falta de información para la medición de este.

Nivel meta: gobernabilidad y competitividad esperada debido a la organización política y económica bajo una estructura económicamente competitiva incluye conceptos de innovación y tecnología.

Nivel macro: vinculado a la estabilización y liberación económica, así como también las condiciones macro económicas estables mediante la seguridad y la industria local.

Nivel micro: se constituye por la capacidad individual de cada uno de los agentes que permiten el desarrollo del proceso y la mejora continua orientada al cliente.

Asimismo, reconoce las acciones realizadas por la gestión pública para lograr la competitividad esperada dentro del destino y la percepción del empresario catacaense frente a dichas acciones.

El distrito de Catacaos, en la provincia de Piura, presenta una ubicación geoestratégica por sus recursos claves para el turismo como: clima, extensión territorial y diversidad de atractivos turísticos que convierten este lugar en un sitio de preferencia para los viajeros. En este sentido, en esta investigación se expone un modelo de competitividad para el destino turístico de la ciudad de Catacaos pues hoy día no está siendo explotado y/o desarrollado en su totalidad puesto que la actividad turística se centraliza en el turismo cultural y arqueológico sin prestar atención al resto del potencial de la ciudad.

MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque fue cuantitativo se utilizó el método del ranqueo para medir y determinar los niveles de la competitividad en Catacaos, a través de encuestas cerradas de opción múltiple tipo Likert. Asimismo, se consolidó dentro de una tipología aplicada y de diseño no experimental.

La población estuvo compuesta por tres universos:

- a. Total de empresarios que laboran en el destino Catacaos – Piura: 50 (entre hoteleros, restaurantes, agencias de viaje, y asociación de artesanos).
- b. Autoridades ligadas al desarrollo de la actividad turística en el destino Piura y el distrito de Catacaos: 6 informantes
- c. Total turistas arribados al destino Catacaos: 31918 en el año 2018 (Fuente GERCETUR (2018))

Se determinó el nivel de competitividad bajo tres niveles (micro, macro y meta) atendiendo a la metodología del modelo de competitividad sistémica que establece CEPAL. A través de una encuesta cerrada tipo Likert variante desde el nivel menor con ponderación 1 y nivel más alto con ponderación 5. De esta forma, se realizó una sumatoria por cada grupo de preguntas correspondiente a cada nivel. En este sentido, posteriormente, para la totalidad de la muestra encuestada, se desarrolló una mínima y una máxima ponderada promedio de los niveles obtenidos y se consideró que el número de preguntas por dimensión fue variante. Así permitió establecer los siguientes niveles y valores correspondientes a dicho nivel:

Tabla 1. *Determinación de los niveles de competitividad (Macro, micro y Meta)* ¹

NIVEL MACRO	
68	
17	17
51	
OBTENIENDO :	
17-34	bajo
35-52	medio
53-68	alto
NIVEL MICRO	
16	
4	4
12	
OBTENIENDO	
4-8	bajo
9-12	medio
13-16	alto
NIVEL META	
15	
3	4
12	
3-7	bajo
8-12	medio
13-15	alto

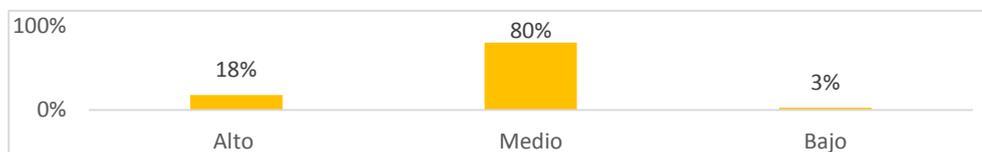
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

¹Nota. La tabla de ponderación de niveles establece los 3 niveles medidos, encontrándose un total de 25 preguntas, cada nivel tiene su total de mínima y máxima según el número de preguntas encontradas y bajo el método del ranqueo se estableció los siguientes ponderados. Para el nivel Macro se establecieron 17 preguntas, siendo el ámbito de alcance más amplio que según CEPAL (2001) establece considerando desde la infraestructura hasta la satisfacción del cliente, en el nivel micro se establecen 4 preguntas correspondientes a la regulación económica y política del destino y finalmente se desarrollan 4 ítems para desarrollar el nivel meta que establece los principales grupos de interés y estrategias realizadas por el gobierno local para fortalecer la competitividad, de ese modo, teniendo cada uno una asignación distintas de ítems se rankea desde el nivel más alto al nivel más bajo según corresponde obteniendo rangos

Respecto a los resultados se consideraron resolver tanto los objetivos específicos como el objetivo general en donde se establece determinar los niveles de competitividad alcanzados, mediante el método del ranqueo y estableciendo los niveles según el número de preguntas para cada dimensión bajo la teoría de CEPAL se desarrolla los resultados que dan pie a la interpretación de los mismos en calidad de un estudio mixto como se visualiza a continuación:

Tabla 2. Niveles de competitividad en las tres dimensiones²

Dimensiones	Indicadores	Media	Desviación Estándar	NIVEL
Dimensión Micro		46.45	6.1	
TOTAL		46.4	6.1	M
Dimensión Macro		11.6	1.9	
TOTAL		11.6	1.9	M
Dimensión Meta		6.9	1.8	
TOTAL		6.9	1.8	B
Nivel de competitividad integral del destino		21.7	3.3	M



En el aspecto Micro de competitividad los turistas evalúan al destino como competitivo a nivel medio en un 80 %, destacando los aspectos relacionados de manera inherente al destino: servicios, ofertas, actividades, infraestructura y la satisfacción que estos poseen respecto a Catacaos.

²Nota. En la tabla se observa las tres dimensiones establecidas para la competitividad turística encontrándose que la dimensión evaluada con el más bajo nivel de competitividad es la dimensión Meta relacionada, la cual se relaciona a la gestión que llevan a cabo las autoridades públicas, siendo el nivel más alto la dimensión Macro la cual respecta y es propiamente el destino turístico de Catacaos en materia de mercado turístico e intervinientes.

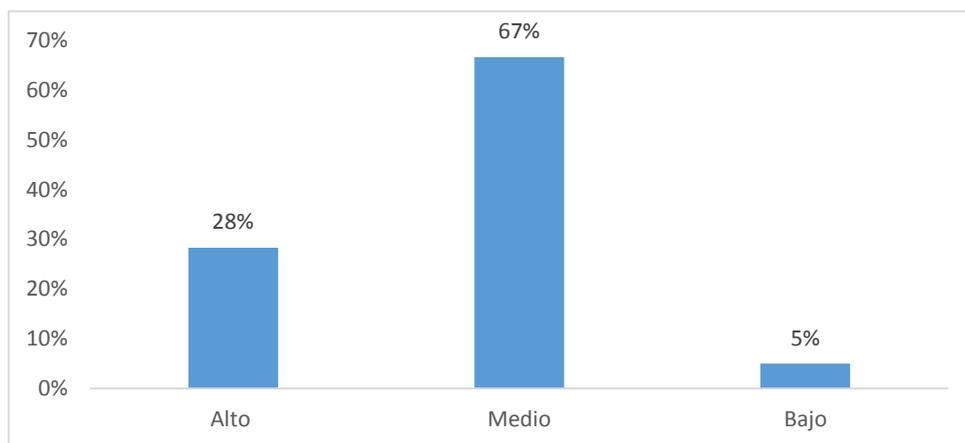


Figura 1. Nivel de competitividad dimensión Micro del destino Catacaos

El 67 % de los encuestados consideran que el destino posee una competitividad media respecto al tipo de moneda, condiciones básicas, saneamiento, así como los medios de comunicación y consideraciones complementarias que se requiere para realizar la visita.

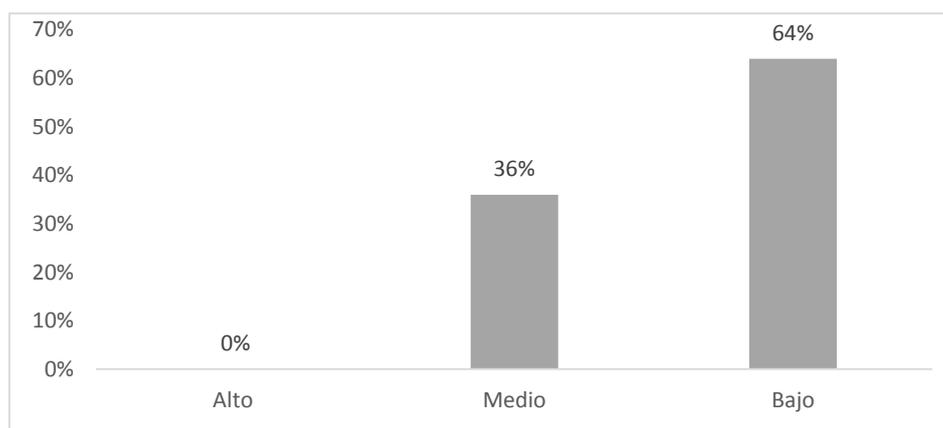


Figura 2. Competitividad respecto a la dimensión Macro encontrada en Catacaos, Piura

Un 64 % de los encuestados evaluaron como bajo el nivel de competitividad respecto al factor meta del destino Catacaos, considerando que se encuentra aún en un bajo grado.

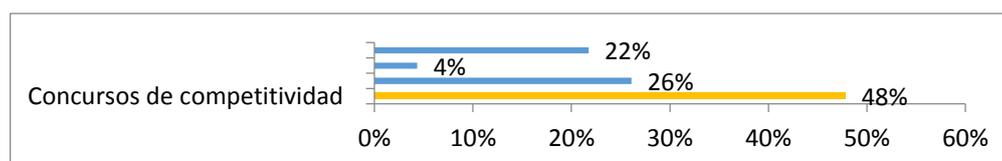


Figura 3. Competitividad respecto a la dimensión Meta encontrada en Catacaos, Piura

El 48 % de los empresarios encuestados consideran que las principales acciones de la gestión pública están enfocadas al desarrollo de cursos que incentiven la

producción competitiva de los artículos que expenden dentro de la planta turística. Asimismo, solo un 4 % menciona que el estado invierte en enseñarles sobre la aplicación de manuales de buenas prácticas.

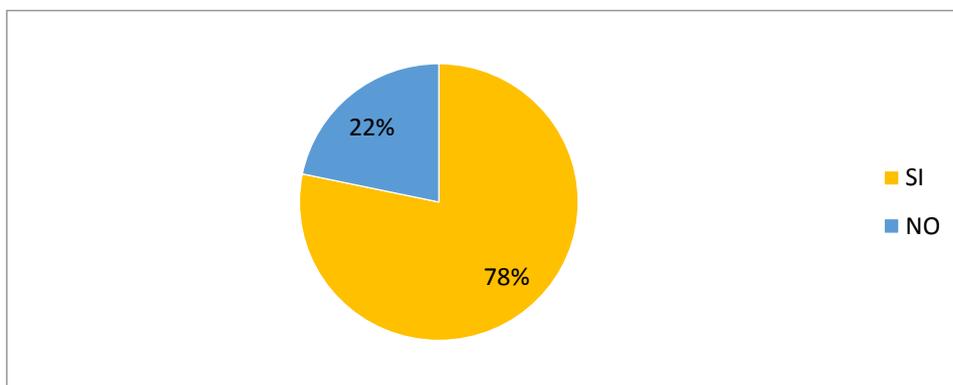


Figura 5. Percepción del empresario catacaño respecto a la existencia de una oferta turística competitiva

El 78 % de los empresarios consideran que, si existe una oferta competitiva lo cual quiere decir que sus principales competidores y rivales productivos se encuentran dentro del mismo distrito. Sin embargo, un 22 % afirman que no hay una oferta competente considerando esto un factor importante para resaltar su propia empresa.

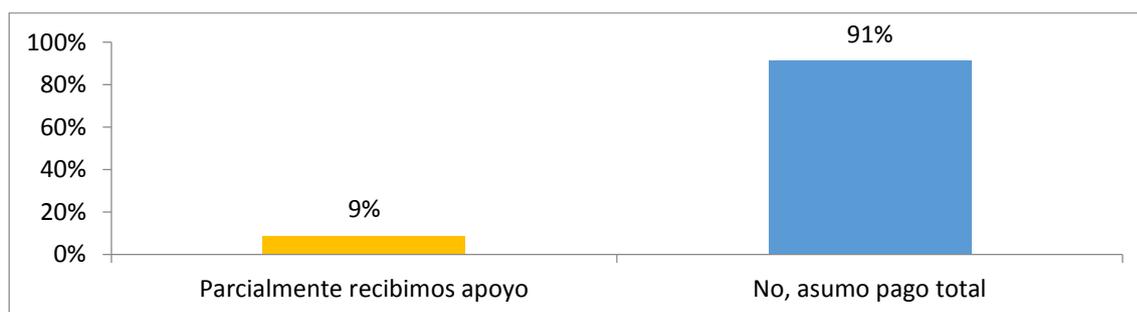


Figura 6. Percepción del empresario respecto a los beneficios que este obtiene frente a la disminución de impuestos por representar una MYPE

El 91 % de los encuestados afirman que no perciben ningún apoyo por parte del estado respecto a subvenciones, siendo ellos los que asumen en su totalidad el pago, mientras que el 9 % afirma que si lo percibe pero parcialmente.

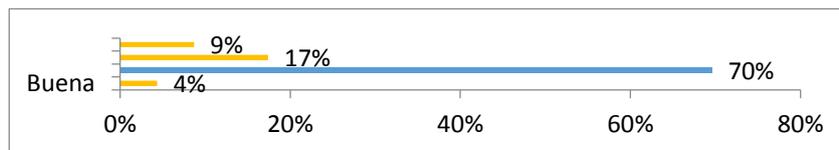


Figura 7. Percepción del empresario cataquense respecto a la gestión municipal respecto al desarrollo del turismo en el destino

Un 70 % de los empresarios consideran regular la gestión debido a que en la última gestión política se desarrolla un mayor número de actividades de fomento para la actividad turística, respecto a la gestión pasada. Sin embargo, un 17 % aun considera deficiente la gestión realizada por la Municipalidad para potenciar el destino en materia turística.

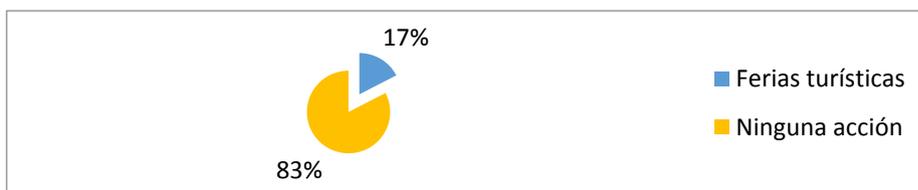


Figura 8. Acciones que los empresarios cataquenses reconocen que la actual gestión beneficia al empresariado.

Los empresarios cataquenses reconocen en un 17 % que las acciones principales de la actual gestión son la realización de ferias turísticas. Mientras un 83 % consideran que no realizan ninguna acción que los beneficie y presentan un número considerable de quejas respecto a ello.

Teniendo en cuenta, la identificación del nivel de competitividad micro la investigación mostró que el destino Catacaos se encuentra en un nivel medio con un 80 %, representando un 46.4 media sumado de las dimensiones que se establece para dicha dimensión con una desviación estándar de 6.1 promedio a los indicadores. Respecto a la teoría CEPAL (2001), establece la necesidad de lograr los requerimientos tecnológicos que permiten la mejora continua dentro del destino así como las asociaciones y redes privadas existentes para el desarrollo del mismo. Por lo cual dentro de la investigación se analizaron e identificaron los recursos e infraestructura compuesta por la capacidad de acoger al visitante, la planta turística, la estructura organizacional, las inversiones privadas, los recursos inherentes entre otros. Además, se tuvieron en cuenta, las actividades en proceso respecto a la

promoción turística, la calidad turística y la satisfacción del turista que como ya se mencionó se obtuvo un nivel medio superior al 80 % respecto a todos estos componentes. Se evidencia así dentro del constructo referencial propio a la triangulación del estudio, la investigación Garau (2012), en su tesis *Propuesta de los índices para la medición de la competitividad en destinos de sol y playa* indica que: existen dos tipos de índices que miden la competitividad, el relacionado a la demanda ITCD, y el relacionado a la industria turística ICIT, destacando algunos aspectos puntuales que también fueron desarrollados en el presente estudio: el paisaje, la higiene que posee el lugar, la existencia de facilidades, las atracciones propias del sitios y la posibilidad de la interacción, de esta manera se demuestra la similitud de resultados encontradas en los estudios aun cuando date de tipologías totalmente dispersas, el visitante siempre sobrevalorará lo que encuentre dentro del destino y le permita lograr su disfrute y satisfacción durante su permanencia de viaje. En relación al objeto de identificar el nivel de competitividad meta en el destino Catacaos se encuentra en medio con 67 % de aceptación por parte del turista siendo un 11.6 media, 1.9 de desviación estándar. Al respecto CEPAL, menciona que el nivel meta dentro de la competitividad turística se vincula con la estabilización económica y la capacidad que posee el destino para transformarse mediante las políticas, planes y programas desarrollados por el estado a favor del destino. De modo que, la investigación establece constructos políticos dentro del marco normativo encontrándose a la Ley General de Turismo N° 29408, en donde se enmarca la importancia de promover la competitividad desde la jurisdicción pública; promoviendo así las condiciones favorables para fomentar la inversión privada que genera una oferta competitiva. El presente estudio realizó una entrevista a los entes involucrados con la actividad turística dentro del destino Catacaos, lo que arrojó entre sus principales resultados desconocimiento respecto a la ley y su implicación dentro de la actividad turística como factor de competitividad. Asimismo, siguiendo la dimensión macro, se establece el interés dentro del constructo normativo respecto al Plan Copesco regulado dentro del decreto supremo N° 030 – 2004 MINCETUR, afirmándose que este organismo busca coordinar, supervisar y ejecutar proyectos de inversión que permitan y fomenten la inversión e infraestructura vial para la generación de la actividad turística. Esto se reflejó en la entrevista semiestructurada aplicada a las entidades públicas en Catacaos y en Piura quienes mencionaron que

Copesco apoya a la región Piura a través de la habilitación de infraestructura y específicamente se contempla la participación dentro del destino Catacaos con la conformación de señalética y paneles de interpretación que se realizan dentro del destino. Finalmente, se establece dentro del marco normativo la Ley de exportación de servicios y el turismo que alega según las autoridades públicas la exoneración de cualquier tipo de arancel y/o impuesto al artesano para promover precisamente tal como lo establece la Ley N° 30641 la artesanía y la oferta que brindan los artesanos dentro del destino. De igual forma dentro de los antecedentes de investigación se visualiza que en el estudio de Mara (2014) titulado *Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad* menciona también que los mecanismos y elementos de evaluación de la competitividad son determinados bajo circunstancias políticas y gubernamentales en un contexto que genera competencia dentro de los destinos, es así como el estudio avala la información encontrada en el campo; para la presente investigación. Teniendo en cuenta, que a nivel macro tal como establece la teoría lo más importante es el soporte y respaldo legal que ofrece el estado y el sector público, a través de las políticas, normas y reglamentos que no solo sean plasmados en un documento si no también sean ejecutables en el tiempo para maximizar la sostenibilidad y la oferta competitiva.

Finalmente, con la discusión del primer objetivo y siguiendo el marco de los datos encontrados en la investigación, se determinó escasa información y conocimiento de los entes públicos involucrados con la actividad respecto a la regulación de normas y políticas vinculadas a la competitividad dentro del destino Catacaos. En este sentido, se considera como factor importante la innovación para Buhalis et. al (2002) mencionan que este es un aspecto clave que debe darse dentro del empresariado partiendo de la adecuada gestión pública y el aporte significativo del mismo buscando adaptar las necesidades de la demanda al entorno.

La identificación del nivel macro establece el esfuerzo realizado por las instituciones políticas para la estabilización económica y la liberalización con la capacidad de transformación. El conjunto de condiciones macroeconómicas estables, particularmente sostenido por una política, realista y comercial que estimule la industria local. Respecto a este nivel dentro del estudio se obtuvo una media de 11.6 con una desviación estándar de 1.9 promedio lo que representa un nivel medio en la dimensión macro. Esta dimensión estableció dentro de sus parámetros la consulta

referida a la regulación de la moneda y la estabilidad tanto económica como legislativa. También, se consultó la seguridad ofrecida por el destino y la importancia de que las autoridades se impliquen en la misma por lo cual se obtuvo un 67 % de aprobación por parte del visitante al destino Catacaos. Este hecho, contrasta también en el constructo del marco referencial donde Gándara et. Al (2016) evidencia que el destino turístico Foz do Iguaçu posee atractivos únicos como las Cataratas de Iguaçu y la Usina Itaipu Binacional, que constituyen una ventaja competitiva frente a otros destinos, pues son activos raros, inimitables y no removibles. Además, el destino Foz do Iguaçu ha desarrollado estudios de atraktividad de imagen, de determinación de sus fortalezas y base de la industria turística, dándole vital importancia a los aspectos tangibles e intangibles inherentes al destino. Tal es así que en el presente estudio se estableció reconocer estas condiciones y los visitantes consideran que el destino de Catacaos ha logrado un desarrollo de manera significativa y un posicionamiento de manera estable. Esto se refleja en el mantenimiento, a pesar de los daños y amenazas que acechan al destino, la superación del mismo y sostenibilidad con gran capacidad de reinventarse a pesar de las circunstancias adversas como lo sucedido en el año 2017 con el fenómeno el niño.

CONCLUSIONES

El nivel de competitividad micro en el destino Catacaos obtuvo un ponderado de 46.4 media y un 6.1 de desviación estándar. Asimismo, se reconoció un 18 % alto, 80 % medio y 3 % bajo respecto a la dimensión micro. Mediante el método de ranqueo, respecto al nivel de competitividad macro en el destino Catacaos obtuvo un ponderado de 11.6 media y un 1.9 de desviación estándar, reconociéndose un 24 % nivel alto, 67 % nivel medio y 5 % nivel bajo en la dimensión macro del destino Catacaos. Finalmente, el nivel de competitividad meta en el destino Catacaos obtuvo un ponderado de 6.9 media con una desviación estándar de 1.8 encontrándose en un nivel bajo con un 36 % medio y 64 % bajo respecto a la dimensión meta.

Dentro de las acciones realizadas por las autoridades competentes de llevar a cabo la actividad turística se encontró la realización de cursos de competitividad (22 %), concursos y ferias de competitividad exponiendo la oferta que poseen los empresarios (48 %), y capacitaciones a los empresarios (26 %), así mismo se

reconoció un escaso conocimiento de las políticas y la normativa vigente que rige la actividad turística para el fomento de la competitividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCOCER, J. (2013). Competitividad en el sector turístico; una revisión de la literatura. *Trevista Le Bret* (5). Bucaramanga, Colombia; Universidad Santo Tomas, pp. 271-291
- BEJARANO, J. 2015. Elementos para un Enfoque de la Competitividad en el Sector Agropecuario. Colección de Documentos IICA. Serie Competitividad No.2 República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.
- BUHALIS, D., y LICATA, M. C. (2002). The future e Tourism intermediaries. *Tourism Management*, Vol. 23, No. 3, 207e220.
- CEPAL (2001). Comisión Económica para América Latina y el Caribe 2001. Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del istmo centroamericano. CEPAL. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/Mexico/9/LCMEXL499/I499.pdf>.
- DWYER, L., FORSYTH, P. Y RAO, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, Vol. 21, No. 1, p. 9-22.
- DWYER, LARRY y KIM, CHULWON. (2003). Destination competitiveness: A Model and Determinants. *Current Issues in Tourism* No.6, pp.369-414.
- EUROPEAN MANAGEMENT FORUM (2000). Ginebra. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Europe2020_CompetitivenessReport_2014.pdf.
- GARAU, J. (2012). Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterráneo: Avance de resultados desde el punto de vista de la Demanda. Universitat de les Illes Balears. Asociacion Española de expertos científicos en Turismo. N° 4,2° semestre 2007, pp.50-67
- GÁNDARA, J., FUMI, A. y BIZ, A. (2016). La Competitividad Turística De Foz Do Iguaçu Según Los Determinantes Del «Integrative Model» De Dwyer & Kim: Analizando La Estrategia De Construcción del Futuro. Universidad Federal de Panamá, *Cuadernos de Turismo*, No. 31, (2013); pp. 105 – 128
- JIMÉNEZ, P. y AQUINO, F. (2015). Propuesta de un Modelo de Competitividad de destinos Turísticos. Estudios y perspectivas. En *Turismi*, Vol. 21, No. 4 de julio –

- Agosto, pp. 977-995. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires Argentina.
- KARELIS, C., CONTRERAS, J. y OLIVERO, E. (2018). La gestión por procesos en las Pymes de Barranquilla: Factor diferenciador de la competitividad organizacional. *Información tecnológica*, Vol. 30, No. 2, pp.103-114 x. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000200103> Visitado abril de 2019.
- MARA, R. (2014). Competitiveness Models for Tourist Destinations into the sustainability Context. *Endereco: Rua do Maruim, 772, Natal/RN, 59122-010*.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (2016). Resolución Ministerial N° 231-2016 MINCETUR/DM. Disponible en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/33869/Imagen.aspx.pdf>
- MORENO, L., RAMON, A., SUCH, M. (2018). The challenge of long term tourism competitiveness is the age of innovation: Spain as a case study. *Journal of regional research*, No. 42 Pages 13 to 34.
- MURPHY, P., PRITCHARD, M. AND SMITH, B. (2000) The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management* Vol. 21, No. 1, pp. 43–52
- ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (2008). Informe de la Organización Mundial del Turismo sobre sus actividades de ayuda al desarrollo. Disponible en: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_development_assistance_2008_es_p.pdf
- ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (2019). Compendio Estadístico: Notas metodológicas de la base de datos de estadística turismo – edición 2019. Disponible en: <http://statistics.unwto.org/es/news/2019-02-06/notas-metodologicas-de-la-base-de-datos-de-estadisticas-de-turismo-edicion-2019>.
- RITCHIE, J. y CROUCH, G. (2000). The Competitive Destination. A Sustainable perspective. *Tourism Management*, No. 21:107.