



## La Competencia de las Empresas Turísticas en la Competitividad Sistémica. Caso Guaymas, Sonora.

Hernández-Ponce, Oscar Ernesto<sup>1</sup>; Villarreal-Villarreal, Luís Alberto<sup>2</sup> & Saucedo-Monarque Javier<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración  
Monterrey, Nuevo León, México, oscar.ernesto.ponce@gmail.com, Av. Universidad S/N Col. Ciudad  
Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00

---

*Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex*

*Artículo revisado por pares*

*Fecha de aceptación: Abril de 2017*

*Fecha de publicación en línea: Junio de 2018*

---

### Resumen

La presente investigación consiste en analizar la relación de la competencia de las empresas turísticas, con la competitividad sistémica, en el Municipio de Guaymas, Sonora para entender el nivel de impacto que tienen las empresas de servicios en el sector turístico. Para ello, la metodología incluye aspectos tales como: la indagación detallada del problema, la selección de marco teórico, determinación de la muestra probabilística aleatoria y se realizó el Análisis Factorial para discriminar constructos y para la significancia se aplicó el Análisis de Regresión Lineal. La investigación es de un corte cuantitativo, explicativo no experimental. Finalmente, se determina que existe una significancia entre la relación causa efecto en positivo que ejerce la variable de "competencia de las empresas turísticas" sobre la "competitividad sistémica de destino turístico de Guaymas, Sonora.

**Palabras clave:** Empresas Turísticas, Competencia, Competitividad Sistémica, Guaymas, Sonora.

### Abstract.

The research was an analysis in order to know the relation of the competition of the tourist companies, with the systemic competitiveness, in Guaymas, Sonora To understand the level of impact that service companies have in the tourism sector. To do this, the methodology includes aspects such as: detailed investigation of the problem, selection of theoretical framework, determination of the random probabilistic sample and Factorial Analysis was performed to discriminate constructs and for significance was applied Linear Regression Analysis. The research is of a quantitative cut, non-experimental and explanatory. Finally, it is determined that there is a significant relationship between the positive effect relationship exerted by the variable "competition of tourism companies" on the "systemic competitiveness of Guaymas, Sonora tourist destination.

**Key words:** Competition, Systemic Competitiveness, Tourism Companies, Guaymas, Sonora.

## 1. Introducción

En un mundo de cambios constantes, nos conduce a destacar la importancia que cobra la actitud crítica-reflexiva de la investigación de las ciencias sociales y económicas (Albuquerque, 2002). Se menciona que el turismo en las economías en vías de desarrollo, puede ser una fuerza positiva para mejorar la infraestructura remota e inservible, y diversificar la actividad económica y lograr la competitividad de las regiones (Cardenas, 2011).

Es evidente que si una empresa no es competitiva, su permanencia en el mercado es insostenible y hay un límite para ello; pero no sucede lo mismo con las naciones, ellas no pueden desaparecer, por lo que el concepto de competitividad nacional es engañoso (Dwyer, 2008), (Ferreira, 2014).

La productividad está determinada especialmente por el tamaño de las inversiones domésticas en planta y equipo, investigación y desarrollo, infraestructura pública y la calidad de la gestión privada y la administración pública (Cárdenas, 2011).

Bajo el contexto antes mencionado, los mercados turísticos están en un cambio constante y acelerado, donde la competencia es más fuerte entre destinos turísticos, y la competitividad coloca a la productividad en el centro pero no como una explicación; ya que, la competitividad apunta a que las tasas de productividad que son una síntesis compleja, son variables a explicar y que la teoría económica no ha identificado la manera de cómo hacerlo (Garau, 2011).

De acuerdo a lo anterior, se ha identificado de manera personal que el sector turístico en el Municipio de Guaymas, Sonora, ha presentado un estancamiento en la productividad y como consecuencia en la competitividad del destino turístico, y muestra signos de decaimiento aunque la región tiene un potencial turístico con ventajas comparativa que lo posiciona como un sitio único con características turísticas propias.

Entonces la presente investigación se estructura bajo el siguiente cuestionamiento: *¿Está la competencia de las empresas turísticas relacionado con la competitividad sistémica en el Municipio de Guaymas, Sonora, México?*

La hipótesis que da base al planteamiento de la investigación fue: el factor de *“competencia de las empresas turísticas, tienen relación con la competitividad sistémica en el Municipio de Guaymas, Sonora, México.*

El objetivo es analizar la relación de la competencia de las empresas turísticas, con la competitividad sistémica, en el Municipio de Guaymas, Sonora para entender el nivel de impacto que tienen las empresas de servicios en el sector turístico.

## 2. Marco teórico

Al analizar la competitividad en el marco de la globalización no es posible focalizarla solo tomando en cuenta el factor costo, de ahí que se haya pasado a un enfoque estructural de la competitividad que la analiza como un fenómeno de mayor alcance, en cuya determinación hay un conjunto más amplio de

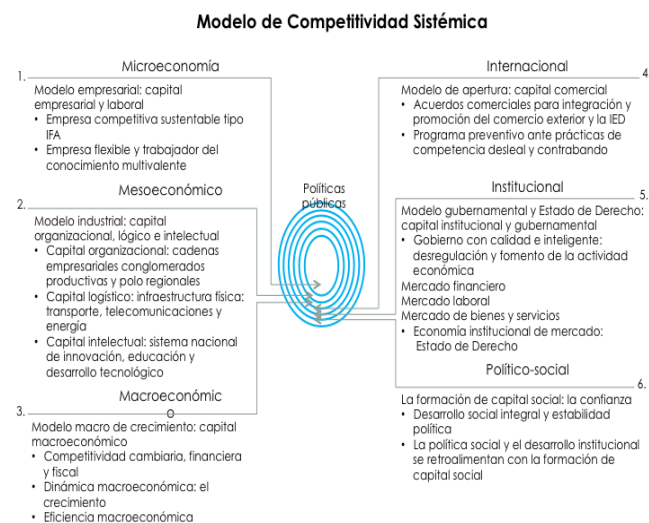
factores/variables, complementando la variable costo (García, 2003).

Para poder definir la variable dependiente del estudio, es necesario hacer una reflexión teórica de la competitividad y González (2009) la define como: *la capacidad de una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al promedio del sector de referencia y de forma sostenible, o sea: capacidad de obtener rentabilidad de las inversiones superior al promedio, de manera razonable y capacidad de hacerlo con bajos costos sociales y ambientales.*

La investigación toma como base referencial el modelo teórico de la competitividad sistémica, que desde una reflexión literaria, se considera que engloba las variables y factores que determinan las estrategias para promover el fortalecimiento de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

En el modelo teórico de la competitividad sistémica, se agregan factores de tipo organizativo e institucional, ligado al entorno económico de un país. Además, se toma en consideración las interacciones entre sectores y actividades económicas, la calidad de dichas relaciones, así como la infraestructura física y tecnológica con la que se opera (Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J., 1996).

El modelo teórico de la competitividad sistémica, se define como el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional, que son los siguientes: el nivel micro, de las empresas, las que buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua; el nivel meso, correspondiente al Estado y los actores sociales, que desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad; el nivel macro, que ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias de desempeño; y, por último, el nivel meta, que se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica (Esser et al, 1996).



Fuente: Dwyer y Kim, 2005

El modelo de competitividad sistémica constituye un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo (Varisco, 2009); y está conformado por la productividad de las empresas turísticas (Esser, et al, 1996), medido por: la capacidad que tienen para ofrecer servicios turísticos. Además se mide a través de la rentabilidad de las empresas turísticas (Villarreal, 2011), conformado por: posicionamiento del producto en el mercado, cuota de mercado, proceso de productos turísticos, proceso para operar y oferta permanente.

Además la competitividad sistémica, según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, (OCDE, 2008) se evalúa a través del uso de Tecnologías de información y comunicación (TIC) y certificaciones-acreditaciones-distintivos obtenidos que las empresas utilizan para su operación y gestión.

La diferenciación entre los cuatro niveles analíticos distintos mencionados anteriormente (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores tales como la capacidad de una sociedad y el Estado para la integración y la estrategia, mientras que en el nivel meso se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel micro de la empresa. Esto se describe de manera específica y detallada en el siguiente tema del presente estudio (Esser et al, 1996).

Ahora bien, las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a la competitividad que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva (nivel micro); segundo, estar insertas en redes sinérgicas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones. Ambos requisitos están condicionados a su vez por factores situados en el nivel macro (contexto macroeconómico y político-administrativo) y en el nivel meso (políticas específicas para la creación de ventajas competitivas) (Esser et al, 1996). En dicho contexto, es fundamental determinar la relación que existe sobre la competencia que tienen las empresas turísticas con la competitividad sistémica.

Para fines de la presente investigación, se define a la competencia de las empresas turísticas como la variable independiente y se entiende como la capacidad y velocidad de las empresas del sector turístico para dar respuesta al cambio apoyadas en trabajadores del conocimiento multivalente o multihabilidades, que permitan formar el capital intelectual de aprendizaje e innovación continuos de dichas empresa (Villarreal, 2001).

El modelo de competitividad de Porter (1990) establece que, dado que las empresas operan en un marco institucional y en países específicos, su posición competitiva está influida por el entorno del sector al que pertenecen. Este modelo, que tiene un contenido más genérico, por lo que es aplicable a diferentes actividades económicas, no sólo a la actividad turística, incide en los factores microeconómicos que condicionan en la competitividad de un país o región en particular.

Modelo de Diamante y Ventaja Competitiva.



Fuente: M. Porter (1990).

Además, el *modelo de competitividad de Crouch y Ritchie* (1999) no es un modelo predictivo ni causal, sino simplemente explicativo. Dicho modelo, evalúa el entorno competitivo micro y macro, así como a los atractivos turísticos principales de un sitio, infraestructura, servicios básicos de un destino turístico, y la gestión del destino desde el enfoque gubernamental.

Modelo de competitividad del Destino Turístico



Fuente: Crouch y Ritchie (1999).

La competencia de las empresas turísticas también entendida por Gómez Velázquez, Velázquez Sánchez y Morales Santiago (2016) como “permanencia”, consiste en mejorar los aspectos de los servicios ofertados, y adaptar nuevas tecnologías a la administración tradicional de las empresas.

La atención, la cortesía, que ofrece el capital humano que labora en las empresas turísticas de México, así como un producto turístico basado en la identidad de cada sitio, contribuye a la competencia de dichas empresas. Además, la mejora continua de los servicios e infraestructura turística de los sitios, tienen un efecto en la competencia de las empresas (Gómez et al, 2016).

Por otro lado, el usos de nuevas tecnologías como herramientas de comercialización por parte de las empresas turísticas, han permitido también que las empresas sean más competentes en sus acciones de ventas (Rodríguez et al, 2016).

Por ello, según Rodríguez (2016), el sector turístico es uno de los sectores que han adoptado las Tecnologías de Información y

Comunicación (TIC) como avances para su competitividad a través del comercio electrónico.

El papel que juega el turismo como herramienta para promover el desarrollo integral de los sitios con perfil turístico, promueve el interés por realizar los estudios que permitan conocer el estatus, y hacer una reflexión para la toma de decisiones para que el turismo sea uno de los pilares básico de la económica (Velarde, 2016).

Las empresas turísticas son las que deben de contar con los elementos que los hagan mas competitivos en un mercado global; y esto requiere crear modelos innovadores de gestión de empresas basados en la competitividad, sustentabilidad, flexibilidad en la operación y organización, que sean rápidos en comercialización que les permita posicionarse en los mercados internacionales y nacionales (Velarde, 2016).

Por lo antes mencionado, *la competencia de las empresas turísticas* que es la variable independiente del presente estudio, según Dwyer (2008), se conforma por: 1. El capital organizacional y se mide con la participación en agrupaciones; 2. Capital Logístico, determinado por logística de transporte y telecomunicaciones; 3. Capital intelectual y 4. Capacidad de atención de servicio.

### 3. Método

El diseño de la investigación tiene un diseño no experimental, y el nivel de medición fue “intervalar”, es decir, los datos recolectados fueron numéricos, y representan un valor preciso a la variable dependiente de competitividad del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora, México. Los sujetos de estudio fueron las empresas prestadoras de servicios turísticos.

Para la fiabilidad del instrumento, se aplicó una prueba piloto de 22 casos y se midió el Alpha de Cronbach. Para la recolección de datos, se utilizó el muestreo probabilístico para la comprobación de la hipótesis, dando un total de 68 empresas prestadoras de servicios turísticos encuestadas y se les aplicó el instrumento a los gerentes de cada establecimiento.

El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por los cinco apartados: La introducción y presentación del instrumento, la sección de datos generales, instrucciones de llenado y las categorías conformadas por las preguntas de la variable independiente y la dependiente.

En las técnicas se incluye aspectos tales como: la indagación detallada del problema, la selección de marco teórico y se realizó el Análisis Factorial para discriminar constructos y para la significancia se aplicó el Análisis de Regresión Lineal; éste último permitió determinar la relación lineal entre las variables y es una herramienta fundamental para el análisis de datos econométricos (Aldas, 2016).

El método, permitió además, poder expresar la relación de la variable dependiente: Competitividad Sistemica en función de la variable independiente: Competencia de las empresas turísticas para el caso del Municipio de Guaymas, Sonora. Matemáticamente la relación entre ambas variables explicadas se expresó de la siguiente manera:

$$Y=f(X)$$

Los datos que se utilizaron para el Análisis de Regresión Lineal fueron de corte transversal, es decir, fueron unidades de empresas turísticas las que se midieron en la región de Guaymas, Sonora. Finalmente, dicha técnica facilitó el uso de la variable independiente para predecir la relación que existía con la variable dependiente. El Análisis de Regresión, según Aldas (2016), es una de las técnicas más utilizada para la toma de decisiones en temas de negocios y mercadotecnia, por ello, se justificó la aplicación en la presente investigación.

## 4. Resultados

En la determinación de la fiabilidad de la variable dependiente Y: “Competitividad Sistemica” de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora; se obtuvo un resultado de 0.937. (Tabla 1. Alpha de Cronbach Competitividad Sistemica).

Los constructos estuvieron conformados por siete elementos: la capacidad de empresa para operar, posicionamiento de producto, cuota de mercado, proceso para operar productos turísticos, oferta permanente, uso de Tecnologías de información y comunicación (TIC) y certificaciones-acreditaciones-distintivos obtenidos. (Tabla 2. Alpha de Cronbach de cada constructo).

Tabla 1. Alpha de Cronbach Competitividad Sistemica

Alfa de Cronbach	Elementos tipificados	Número de elementos
0.937	0.940	7

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Alpha de Cronbach de cada constructo

Constructo	Alpha de Cronbach
Capacidad empresarial	0.923
Posicionamiento de producto	0.923
Cuota de mercado	0.928
Proceso de productos turísticos	0.936
Oferta permanente	0.918
Uso de TIC's	0.922
Certificaciones, acreditaciones y distintivos	0.943

Fuente: Elaboración propia.

En la variable independiente X1: “competencia de las empresas turistica” se obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.753. No se discriminó ningún constructo y como consiguiente no se elimina ningún ítem del instrumento (Tabla 3. Alpha de Cronbach Competencia de las empresas turísticas).

Los constructos que conformaron la medición fueron nueve elementos: participaciones en agrupaciones, relación empresa-gobierno, alianzas estratégicas, atención al turista, diseño del producto turístico, operación integrada, trabajo en conjunto, incremento de la oferta turística, logística en transporte y telecomunicaciones (Tabla 4. Alpha de Cronbach de cada constructo).

Tabla 3. Alfa de Cronbach Competencia de las empresas turísticas.

Alfa de Cronbach	Elementos tipificados	Número de elementos
0.753	0.806	9

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Alfa de Cronbach de cada constructo

Constructo	Alfa de Cronbach
Participaciones en agrupaciones	0.742
Relación empresa-gobierno	0.731
Alianzas estratégicas	0.725
Atención al turista	0.706
Diseño de productos turísticos	0.700
Operación integrada	0.689
Trabajo en conjunto	0.764
Incremento de oferta turística	0.748
Logística de Transporte y Telecomunicación	0.766

Fuente: Elaboración propia.

El Análisis de Regresión Lineal arrojó una significancia de 0.000 entre la variable de competencia de las empresas turísticas sobre la Competitividad Sistémica. La relación es lineal fue positiva según la “Correlación de Pearson” a nivel de 0.01 bilateral, aumenta una variables y la otra también a un valor de 0.689 (Tabla 5. Correlación Competitividad Sistémica).

Tabla 5. Correlación Competitividad Sistémica

Competencia de las empresas turísticas	Resultado
Correlación de Pearson	0.689
Significancia	0.000
Casos	68

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se obtuvo un coeficiente Beta de 0.550 con un valor de “t” de 5,214 sobre la variable de la Competitividad Sistémica.

## 5. Conclusiones

El modelo comprobatorio y estadístico permite aceptar la hipótesis sobre la relación directa y positiva que tiene la competencia de las empresas turísticas sobre la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico de Guaymas.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación permite dar respuesta a la pregunta de investigación afirmando que sí existe una significancia entre la relación causa efecto en que ejerce la variable de “competencia de las empresas turísticas” con la “competitividad sistémica de destino turístico de Guaymas, Sonora.

Por ello, la hipótesis: el factor de “*competencia de las empresas turísticas*”, tienen relación con la *competitividad sistémica* en el Municipio de Guaymas, Sonora, México; es aceptada.

Se cumple el objetivo de analizar la relación de la competencia de las empresas turísticas, con la competitividad sistémica, en el Municipio de Guaymas, Sonora para entender el nivel de impacto que tienen las empresas de servicios en el sector turístico.

A todo ello, se concluye que a medida de que las empresas turísticas sean más competitivas entre sí, tendrán un efecto directo sobre la competitividad del municipio de Guaymas, Sonora.

Sin embargo, es importante mencionar que existen otros factores que influyen, tales como: las políticas públicas y las acciones de sustentabilidad que se implemente en el sitio. Por ende, se recomienda hacer una estudio que permita identificar el grado de impacto de dichos factores sobre la competitividad del sector turístico de Guaymas, Sonora.

## 6. Referencias

- Alburquerque, F. (2002). Desarrollo económico territorial. Guía para agentes. Instituto de Desarrollo regional, Fundación Universitaria, Sevilla.
- Aldas, M. J. & Gonzalo, M. G (2016). Análisis Básico de Datos. Universidad de Valencia.
- Cárdenas García, P. J. (2011). La competitividad turística en los países del mediterráneo. análisis de los factores determinantes. Revista de análisis turístico, (12).
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*, 44(3), pp: 137-152.
- Dwyer, L. (2008). Destination competitiveness and policy making for poverty reduction. In Conference VIII, Sustaining Quality of Life through Tourism, pp: 24-28.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), 369-414.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 59(8), pp: 39-52.
- Ferreira, M. A. y Costa, C. (2014). Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations,. En: *Tourism & Management Studies*. Vol. 10, No. 1, pp: 73-81.
- Garau Taberner, J. (2011). Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterraneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. *Revista de Análisis Turístico*, (4).
- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), pp: 111-128.
- Porter, M. (1990): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza y Janés, Barcelona.
- Varisco, C., & Cruz, G. (2009). Competitividad sistémica en destinos turísticos (No. 846). Centro de Documentación, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Villarreal, R., & de Villarreal, R. R. (2001). La apertura de México y la paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica. *Comercio Exterior*, 51(9), pp: 772-788.