

Competitividad turística: Dialéctica y evolución de la propuesta de Porter

Juan Pablo Mariño Jiménez¹⁷
Carlos Fernando Parra Moreno¹⁸

Resumen

Sobre la competitividad se encuentra una gran diversidad conceptual la cual no logra un consenso a partir de una dialéctica sobre la que después de casi treinta y cinco años, aún no se ha escrito la última palabra. El presente artículo es resultado de una investigación científica de carácter selectivo, cualitativo y de alcance descriptivo que se concentra en la narración detallada de una problemática centrada en una revisión narrativa cuya interpretación y análisis crítico de los autores.

Palabras claves: Competitividad, Turismo, Dialéctica, Porter.

Abstract

Regarding competitiveness, there is a great conceptual diversity which does not achieve a consensus based on a dialectic on which, after almost thirty-five years, the last word has not yet been written. This article is the result of a scientific investigation of a selective, qualitative and descriptive nature that focuses on the detailed narration of a problem centered on a narrative review whose interpretation and critical analysis of the authors.

Keywords: Competitiveness, Tourism, Dialectic, Porter.

Introducción

Cuando se analiza el abordaje que la literatura turística da al concepto de competitividad, subyace un nuevo “caballo de batalla” invocado convenientemente para argumentar y justificar la política turística de las naciones y el enfoque de las empresas que integran la cadena de valor del turismo a la luz de las dimensiones ambiental, económica y sociocultural de la sostenibilidad (Mariño, 2019). Para empezar, sobre la competitividad se encuentra una gran diversidad conceptual por parte de sus tratadistas quienes apelan según el caso, tanto a los más generosos adjetivos, como a las más

agudas críticas hacia una propuesta, que para sus defensores representa la más clara forma de explicar la actual dinámica económica y social a nivel mundial, a través de la cual, se pueden alcanzar los resultados más exitosos en términos de crecimiento y desarrollo económico.

No obstante, dicho reconocimiento ha sido epicentro de debate entre los enfoques de la Competitividad Internacional, Competitividad Sistémica y Competitividad Regional (Díaz, 2010), cuyas aristas son defendidas por reconocidos escritores de las escuelas de Harvard, FEM¹⁹, IMD²⁰, IAD²¹, y la Nueva geografía económica, quienes no terminan de ponerse de acuerdo en una dialéctica sobre la que después de casi treinta y cinco años, aún no se ha escrito la última palabra.

Por tal motivo, al considerar el gran número de definiciones y perspectivas de abordaje frente al concepto de competitividad, resulta fácil darse cuenta de la falta de unidad por parte de las plumas que lo cuestionan, lo destacan o lo reivindican frente a la condición de “muletilla” que varios le endilgan, aletargando la posibilidad de perfilar un solo enfoque y una definición de total convergencia

17. Docente Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios. Administrador de empresas, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Magister en Administración de Empresas y Doctor en Gestión del turismo. Investigador Asociado ante Minciencias.

18. Docente Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios. Director del programa de Administración Financiera. Economista de la Universidad del Ibagué, Magister en Administración, Universidad Nacional de Colombia, Magister (c) en Economía, Universidad Externado de Colombia. Doctorando en Administración de la Universidad de La Salle. Integrante del grupo de investigación GIETO. e-mail cfparra@ut.edu.co

19. Foro Económico Mundial

20. International Institute for Management Development

21. Instituto Alemán de Desarrollo

académica y económica, por lo menos para el caso de la competitividad internacional.

Algunos investigadores independientes que han hecho el seguimiento a la polémica someten a concurso de la comunidad científica y del público en general nuevos planteamientos que si bien, no manifiestan simpatía con promotores o detractores, sí denotan miradas distintas con las que rescatan el concepto, ampliando su aplicación a nuevas áreas del conocimiento como es el caso del turismo, perfeccionado la propuesta industrial y adaptándola a esta actividad económica.

De cara a quienes encuentran en la noción de competitividad una propuesta que como otras se convirtió en soporte para cualquier discurso, Reinert (1995), rememora que en la década de los 90, muchos artículos periodísticos publicados por el Financial Times en relación con el tema de la competitividad hacían alusión a que resulta “opaco, feo e inspirado en los clichés”, siendo un grafiti gerencial con el cual terminar todas las frases dentro del discurso empresarial y económico.

Amplía su apreciación, asemejando el concepto de competitividad con otros como el de globalización, que, dentro del ambiente económico, son recon-

ocidos por ser términos comodines, de los que abundan múltiples definiciones con similares be-moles, siendo nociones de permanente uso y laxo fundamento, carentes de uniformidad y reconocimiento homogéneo por parte de la academia, los gobiernos y el sector empresarial, resultando una comprometedora alquimia de imprecisiones.

A este respecto, resulta pertinente mencionar que, Al-Rodhan (2006), en medio de un ejercicio de revisión de diversas obras sobre temas de globalización, encontró más de 100 definiciones del concepto publicadas entre 1998 y 2005, las cuales posteriormente fueron clasificadas por Scholte (2005), dentro de cuatro categorías (las enfocadas al mercado o neoliberales, las antiglobalización, las reformistas y las transformistas) que evidencian la gran cantidad de aristas desde las que se le mira. Es por esto que, la extrapolación que se suele hacer entre globalización y competitividad resulta comprensible, dada la multiplicidad de definiciones disponibles para esta última.

Sobre el particular, el informe sobre desarrollo humano presentado en Perú por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2005), listó 17 definiciones sobre la competitividad de las naciones (Ver tabla 1).

Tabla 5. Definiciones de competitividad

DEFINICIÓN	AUTOR
"La competitividad internacional de una nación está basada en un mejor desempeño de la productividad y en la habilidad de la economía para modificar su producto hacia actividades de mayor productividad lo cual genera altos niveles de salarios".	Cohen, S., D. Teece, L. Tyson and U. Zysman (1984). University of California at Berkley.
"La competitividad es el grado en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y justo, puede producir bienes y servicios que satisfacen la prueba de los mercados internacionales, en tanto que simultáneamente mantiene y expande el ingreso real de sus ciudadanos".	Report of the President's (1985). Commission on Industrial Competitiveness. U.S.A
"La competitividad nacional se refiere a la habilidad de un Estado-nación para producir y distribuir bienes y servicios en la economía internacional compitiendo con los bienes y servicios producidos en otros países y hacer esto de tal manera que obtenga incrementos en los niveles de vida".	Bruce R. Scott & George C. Lodge (1985). U.S. Competitiveness in the World Economy. Boston, Harvard Business School Press.

DEFINICIÓN	AUTOR
"Competitividad internacional es la habilidad de un país para realizar los objetivos centrales de la política económica, especialmente crecimiento en ingresos y empleo, sin enfrentar dificultades en la balanza de pagos".	Jan Fagergerg (1988). International Competitiveness. The Economic Journal.
"Competitividad es la capacidad de un país para exponerse al mercado externo y mantener o elevar el nivel de vida de su población".	Fernando Fajnzylber (1988). Competitividad Internacional: Evolución y lecciones. Revista de la CEPAL.
"Es la capacidad para sostener e incrementar la participación de los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad... Para alcanzar el éxito competitivo las empresas de una nación han de poseer una ventaja competitiva, ya sea como costos más bajos o productos diferenciados de modo tal que se puedan obtener precios superiores".	Michel Porter – Harvard University (1990).The Competitive Advantage of Nations.
"La competitividad es el grado en el cual un país bajo condiciones de mercado libre y justo puede producir bienes y servicios que pasen la prueba de los mercados internacionales, mientras mantiene y expande simultáneamente el ingreso doméstico real".	Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (1992). OECD.
"Una nación competitiva es aquella que logra tener éxito en el comercio internacional gracias a una alta tecnología y productividad generando con ello niveles elevados de ingresos y salarios".	David Dollar and Edward N. Wolff MIT (1993). Competitiveness, Convergence and international Specialization.
"El único concepto significativo de la competitividad parece ser la productividad con la que se aprovechan los recursos de una nación: el capital y el trabajo".	Paul Krugman (1994). Competitiveness: A Dangeous Obsesión. Foreign Affairs -April.
"La competitividad es el producto de un patrón de interacción compleja y dinámica entre el Estado, las empresas, las instituciones intermedias y la apacidad organizativa de una sociedad... la competitividad de la economía descansa en medidas dirigidas a un objetivo, articuladas en cuatro niveles del sistema (macro, meta, micro y meso) y se basa en un concepto pluridimensional de conducción".	Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dira Messner y Jari Meyer Stamer (1995). Systematic Competitiveness German Development Institute, Berlín.
"La competitividad es la habilidad de compañías, industrias (sectores), regiones, naciones o regiones supranacionales para generar, mientras se encuentran expuestas a la competencia internacional, altos niveles de ingresos (relativos) y de empleo con una base sostenible".	Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (1996). OECD Hatachronoglou, T.
"La competitividad es la capacidad del contexto nacional para sustentar la creación de valor agregado y por extensión, la competitividad de sus compañías".	International Institute of Management Development, IMD (1997). World Competitiveness Year book.

DEFINICIÓN	AUTOR
"La competitividad es la habilidad que posee una nación en la economía mundial para poder lograr un crecimiento económico sostenido de mediano a largo plazo".	World Economic Forum WEF (1998). The Global Competitiveness Report.
"La competitividad es la habilidad de las regiones para poder generar, mientras están siendo expuestas a la competencia internacional, altos niveles de ingreso y de empleo. La competitividad para una región es importante ya que garantiza la calidad y la cantidad de puestos de trabajo".	The Sixth Periodic Report on the Regions (1999). United Kingdom.
"Una economía es competitiva si su población puede gozar de un alto y creciente nivel de vida y alto empleo sobre una base sustentable. De modo tal que el nivel de la actividad económica no debería causar un desbalance externo de la economía ni comprometer el bienestar de las futuras generaciones".	European Competitiveness Report (2000).
"La competitividad de las naciones es un campo del conocimiento económico, el cual analiza los hechos y las políticas que determinan la capacidad de una nación para crear y mantener un contexto que apoye la mayor creación de valor para sus empresas y la mayor prosperidad para su gente".	International Institute of Management Development IMD. World Competitiveness Yearbook (2003).
"La competitividad es la calidad del contexto económico e institucional que permite el desarrollo sostenido de las actividades productivas privadas y el incremento de la productividad".	Inter-American Development Bank (2003). Competitiveness Strategic Document.

Fuente: PNUD (2005, págs. 40 - 41)

Es por esto que, cuando Müller (1995), escribe sobre la competitividad asegura que se trata de una palabra extremadamente precisa, específica, y a la vez genérica y sin límites; altamente operativa, mensurable, abstracta y extensa, que pese a sus extremos resulta reconocida como una herramienta de evaluación, capaz de forjar conductas y perspectivas influyentes en la vida práctica, por lo que Tello, Cerda, & Pardo, (2012), no dudan en afirmar que "el concepto de competitividad es muy utilizado en la formulación de políticas públicas y en los medios de comunicación. Sin embargo, es un concepto abstracto que requiere un mayor análisis" (pág. 12).

Para Eskelinen, Hannibalsson, Malmberg, Maskell, & Vatne (2002, pág. 12), la competitividad nacional "es uno de esos raros términos del discurso público que han ido directamente de la oscuridad

a la confusión sin ningún período intermedio de coherencia". Así mismo, Sánchez & Fajardo (2004), agregan que el concepto de competitividad es complejo, subjetivo y, además, tiene un carácter multidimensional, en virtud a que es aplicado tanto a una nación, como a un producto o servicio, pasando por regiones, municipios, sectores económicos, corporativos, empresas individuales y hasta individuos.

Por su parte, Krugman (1994), asegura que "los líderes del mundo han encontrado la metáfora competitiva extremadamente útil como instrumento político. La retórica de la competitividad viene a proporcionar un buen modo para justificar o evitar alternativas difíciles" (pág. 30). Es por esto que Díaz (2010), concluye que "la competitividad es un concepto que se ha vuelto moneda común" (pág. 93).

Materiales y métodos

El presente artículo es resultado de una investigación científica de carácter selectivo (Oxman & Guyatt, 1993) y alcance descriptivo que, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010), Cortés e Iglesias (2004) y Bernal (2010), entre otros. Se concentra en la narración detallada de una problemática que permite identificar rasgos, características e información alusiva al fenómeno de estudio, abordando sus implicaciones y tendencias, recopilando información individual y colectiva sin establecer relaciones ni correlaciones, pero sí describiendo, detallando y analizando abordajes, críticas y sinapismos de la evolución del concepto, en lo que Cáliz et al. (2012), consideran una medición, pues científicamente, describir es medir.

En tal sentido, considerando que la investigación cualitativa facilita comprender y explicar las relaciones desarrolladas entre las variables presentes en el análisis de un problema (Cortés & Iglesias, 2004), dando autonomía al investigador para construir información por fuera de procedimientos normalizados sin sistematizar los datos dentro de un contexto numérico (Tamayo, 2004) y enfatizando en saber cómo se desarrolla la problemática (Hernández et al., 2010), esta disertación se acoge al paradigma cualitativo para el cumplimiento de su propósito.

En cuanto a su diseño, este documento se proyecta como un artículo de revisión narrativa cuya interpretación y análisis crítico de los autores, no constituye en sí una metodología que favorezca la reproducción de los datos, ni cuenta con respuestas cuantitativas a preguntas específicas (Rother, 2007). No obstante, es apropiada para describir y discutir la dialéctica de la competitividad, su evolución en el tiempo del tiempo (Romero, 2005), y su inserción en el turismo, tipificando un estudio longitudinal que desarrolla la problemática y sus variaciones durante las últimas 4 décadas.

Finalmente, las aportaciones provenientes de los investigadores dejan en claro la importancia que poseen estas definiciones, al permitir exponer con mayor claridad la controversia existente, sin que, por estar considerando estudios e investigaciones previas, se le pueda considerar una revisión sistemática (Rother, 2007).

Resultados

Hablar sobre las críticas que se han formulado al concepto de la competitividad internacional es referirse de manera implícita a las detracciones hechas al modelo de Michael Porter, censurando simultáneamente al FEM que asumió la propuesta hecha por la Escuela de Harvard, a partir de los años noventa (Mariño, 2019).

Según Díaz (2010), la disertación de Porter se hace ambigua cuando afirma que el elemento más importante de la competitividad es la productividad, pues, si el único concepto significativo de la competitividad es la productividad nacional, el criterio de bienestar general dimite ante las banderas del monopolio. Tal inconsistencia se hace manifiesta directamente desde la pluma de Porter, cuando en su libro “La ventaja competitiva de las naciones” (1990), señala que, tratar de explicar la competitividad nacional, es responder a una pregunta impropia.

Con esta apreciación, Porter dio pie a las críticas de Paul Krugman, reconocido detractor del concepto de la competitividad, quien en su libro “Competitividad una peligrosa obsesión” (1994) señala que se trata de una palabra sin significado para las economías nacionales, puesto que para una economía con poco comercio internacional, la competitividad se convertiría en una simpática manera de referirse a la productividad ya que no tendría nada que ver con competencia internacional, pues los países no compiten unos con otros como lo hacen las empresas.

No obstante, Sánchez & Fajardo (2004), al abordar la competitividad de los destinos turísticos, reconocen el carácter eminentemente excluyente de la práctica turística, que conduce a una competencia entre destinos internacionales, tal y como se presenta entre empresas de sectores industriales, pues cuando un turista elige un destino, renuncia implícitamente a todos los demás. Por lo anterior, para analizar la aplicación de la competitividad en la actividad turística Diéguez et al. (2011), remiten a las tesis de Crouch & Ritchie, a quienes refieren como los pioneros en las contribuciones conceptuales sobre la competitividad del turismo, enmarcadas dentro del modelo de Calgary, el cual se desarrolla dentro

del marco de la sostenibilidad, en un espacio específico denominado “destino turístico”.

Para Crouch (2007), la competitividad de los destinos turísticos ha motivado un número importante de investigaciones cuyos objetivos han tenido entre otros, medir la posición competitiva de destinos específicos; sus sistemas de gestión, mercadeo, precios, calidad en la gestión, ambiente, naturaleza, gerencia estratégica, paquetes turísticos; y en su caso particular junto con Ritchie, desarrollo de modelos y teorías.

En ese orden de ideas, citando a Crouch & Ritchie (1994, 1995, 1999) y Ritchie & Crouch (1993, 2000a, 2000b); Crouch (2007), precisa que desde 1992 empezaron a estudiar la naturaleza y la estructura de los destinos turísticos, desarrollando el modelo de Calgary el cual se basa en las teorías de los clásicos de la economía y la ventaja competitiva de las naciones planteada por Michael Porter (1990).

Bajo el principio de que cada destino turístico es único e irreplicable, Ritchie & Crouch (2003), adoptan como génesis de la competitividad de los destinos, las ventajas comparativas, heredadas o endógenas entendidas desde los escenarios naturales de una región, el patrimonio histórico, los acervos culturales, flora y fauna endémica, folklore, clima, creencias religiosas, paisajes, costumbres y topografía entre otros, que sumados a la disponibilidad de capital y a lo que denominan “infraestructura turística”, permitirán el desarrollo del modelo de Calgary.

Sin embargo, ante la preeminencia de los recursos de índole natural y cultural como factores de competitividad de los destinos turísticos Crouch (2007), enfatiza en que la sostenibilidad es el fundamento para su consecución. Sobre el particular, Diéguez et al. (2011), (refiriendo a Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Hassan, 2000; Hu y Wall, 2005; Huybers y Bennett, 2003; Mihali², 2000; Ritchie y Crouch, 2000, 2003; entre otros), destacan que la competitividad de los destinos turísticos puede incrementarse mediante una gestión basada en la calidad medioambiental y en el desarrollo de un turismo sostenible.

En este sentido, Ritchie & Crouch (2000), señalan que un destino turístico competitivo debe ser viable no únicamente en el plano económico sino también en lo ecológico, social, cultural y político, puesto que más allá de propender por una derrama económica producto de la explotación de los atractivos disponibles, la competitividad turística debe garantizar la sostenibilidad de los destinos.

Es entonces donde Ritchie & Crouch (2003), adoptan las ventajas competitivas o recursos desplegados de Porter, como el resultado de la explotación sustentable de las ventajas comparativas a través del control, mantenimiento y mejoramiento de los recursos de un destino, dando cuenta de una gestión efectiva en el largo plazo. Esto significa que, además de responder a las necesidades particulares del turista, los destinos turísticos deben invertir continuamente para mantenerlas; de este modo, las ventajas comparativas de un destino turístico pueden evolucionar a ventajas competitivas dependiendo de la gestión que se desarrolle en procura potencializar su estructura, infraestructura y superestructura (Molina, 2006).

Discusión

La competitividad es un concepto actual, vigente, necesario, útil y cómodo si se quiere, utilizado por la mayoría de los autores, gobiernos, académicos y empresarios, cuyos límites, alcances y aplicaciones no han sido establecidos de forma definitiva.

La dialéctica que suscitan los diferentes abordajes que se han dado, muestran una interesante contrastación que redundante entre las ideas de izquierda del premio Nobel de economía 2008 Paul Krugman y el arquitecto del modelo capitalista de la competitividad Michael Porter. No obstante, por encima del debate entre productividad y competitividad, para efectos prácticos, son las nociones de ventajas comparativa y competitiva las que han de consolidar el crecimiento y el desarrollo económico de las naciones, bajo el enfoque tradicional industrial, o aquel aplicado en los destinos turísticos.

Por ende, más allá de ser una tesis prescriptiva que evita depender de los elementos naturales para favorecer el desarrollo de una actividad económica

particular cimentada en las ventajas comparativas, es una invitación a desarrollar condiciones que establezcan barreras de entrada, para que industria, servicios y en este caso, turismo, alcancen las condiciones para ser únicos diferenciables y difícilmente igualables, a partir de agregaciones de valor que constituyan ventajas competitivas.

Sin embargo, la implementación de la competitividad debe buscar arraigo propio según las particularidades de cada nación, pues en muchos casos, las teorías impartidas, aceptadas e implementadas para delinear los destinos de los países, reflejan realidades ajenas a las de aquellos emergentes. Es por ello que procesos de industrialización y plataformas tecnológicas no necesariamente son el mecanismo inmediato para alcanzar un mejoramiento en las condiciones de vida de los habitantes de una nación. Han de reconocerse aquellos aportes que tengan aplicabilidad para alcanzar objetivos necesarios, pertinentes y logrables.

Por tanto, contar con ventajas comparativas lejos de ser algo de lo que avergonzarse, por el contrario, constituye una posibilidad ilimitada que se abre delante de los países que, a través de estrategias reales y contextualizadas, estimulen y potencialicen el desarrollo de la actividad turística creando ventajas competitivas a partir de aquellas heredadas. En consecuencia, la competitividad turística resulta

un buen ejemplo para demostrar que determinadas fracciones del andamiaje productivo de una nación traen implícitos factores particulares a considerar que van más allá del enfoque económico de producción industrial que inspiró el modelo de Porter.

Finalmente, es de tener en cuenta que la actividad turística por principio ha estado atada a la explotación de recursos naturales y patrimonios histórico - culturales, siendo estos la principal diferencia entre el modelo industrial y el modelo de Calgary. Es a través del aprovechamiento de atractivos turísticos que históricamente han existido, que puede concluirse que todos los destinos turísticos del mundo en un primer momento apelaron a las ventajas heredadas.

Por esta razón, la gestión de los recursos de los destinos turísticos, e incluso la creación de otros a hoy inexistentes e incluso inviables a la luz de dichas ventajas, constituye un elemento de igual o mayor importancia que será objeto de disertación en próximas publicaciones, en las que se tratará la consolidación de destinos especializados que, como el caso de Dubai, que evolucionaron de la simple explotación de sus recursos al desarrollo y consecución de escenarios imposibles, como mejor ejemplo de lo que son las ventajas competitivas dentro del posturismo.

Referencias Bibliográficas

Al-Rodhan, N. R. (19 de 06 de 2006). Las definiciones de los Globalización : Una visión general y una definición propuesta. Recuperado el 28 de 05 de 2014, de https://www.academia.edu/2969717/Definitions_of_Globalization_-_A_Comprehensive_Overview_and_a_Proposed_Definition

Bernal, C. A. (2010). Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales (Tercera ed.). Bogotá D.C., Distrito Capital, Colombia: Pearson.

Cálix, L. C., Zazueta, B. L., & Macías, D. J. (2012). Metodología de la investigación científica 1 (Quinta ed.). Culiacán, Sinaloa, México: Once Ríos.

Cortés, C. M., & Iglesias, L. M. (20 de 12 de 2004). Generalidades sobre Metodología de la investigación (Primera ed.). Ciudad del Carmen, Campeche, México: Universidad Autónoma del Carmen. Obtenido de http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf

Crouch, G. I. (2007). Modelling destination competitiveness. A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes. Queensland, Gold Coast, Australia: Sustainable Tourism Pty Ltd.

Díaz, S. . (12 de 2010). Conceptualización y antecedentes teóricos de la competitividad internacional y regional: un asunto territorial. Suma de Negocios, 1(2), 91-104. Recuperado el 28 de 05 de 2014, de http://www.konradlorenz.edu.co/images/stories/suma_negocios/Vol1_No.2/6_Competitividad.pdf

Diéguez, C. ., Gueimonde, C. A., Sinde, C. A., & Cerradelo, B. L. (Agosto de 2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad turística en el marco de la sostenibilidad. Cultur(2), 101 - 124.

Eskelinen, H., Hannibalsson, I., Malmberg, A., Maskell, P., & Vatne, E. (2002). Competitiveness, Localised Learning and Regional Development: Specialisation and prosperity in small open economies. New York, New York, U.S.A.: Routledge.

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. (2010). Metodología de la investigación (Quinta ed.). México D.F., México, México: Mc Graw Hill.

Krugman, P. (1994). Competitividad: Una Peligrosa Obsesión. Recuperado el 23 de 11 de 2013, de Universidad del País Vasco: http://www.ehu.es/Jarriola/Docencia/Ecolnt/Lecturas/krugman_competitividadES.pdf

Mariño, J. J. (2019). La certificación de playas como factor de competitividad para destinos turísticos costeros. el caso de la playa Gaviotas en Mazatlán Sinaloa. Beau Bassin, Mauritius: Editorial académica española.

Molina, S. (2006). El posturismo, turismo y posmodernidad (Primera ed.). México D.F., México, México: Trillas.
Müller, G. (Agosto de 1995). El caleidoscopio de la competitividad. (R. Valdivieso, Ed.) Revista de la CEPAL,

56(138), 137 -148. Recuperado el 28 de 05 de 2014, de Revista Espacios Digital: <http://www.revistaespacios.com/a94v15n02/10941502.html>

Oxman, A. D., & Guyatt, G. H. (1993). Guía para la lectura de Artículos de Revisión. Bol Of Sanit Panam, 114(5), 446/458. Obtenido de <http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/16258>

PNUD. (2005). Informe sobre Desarrollo Humano: Hagamos de la competitividad una oportunidad para todos. (PNUD, Ed.) Lima, Perú: Siklos S. R. Ltda.

Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. New york, New york, U.S.A.: The free press.

Reinert, E. (Diciembre de 1995). EL concepto «competitividad» y sus predecesores. Socialismo y Participación, 72, 21-40. Recuperado el 2013

Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: a sustainable tourism perspective. Cambridge, Reino Unido: CABI Publishing.

Ritchie, J., & Crouch, G. I. (2000). The Competitive Destination. Tourism Management(21), 1-7.

Romero, R. L. (2005). Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Antología básica I (Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Antología básica I ed.). Villahermosa, Tabasco, México: Univ. J. Autónoma de Tabasco.

Rother, E. T. (2007). Revisión Sistemática X Revisión Narrativa. Recuperado el 20 de 12 de 2016, de Acta Paulista de Enfermagem: http://www.scielo.br/pdf/%0D/ape/v20n2/es_a01v20n2.pdf

Sánchez, R. ,, & Fajardo, C. M. (2004). La competitividad de los destinos turísticos: Un análisis cuantitativo mediante modelos lógicos. Aplicación a municipios extremeños. En U. d. Extremadura (Ed.), I Jornadas en Economía del Turismo. Libro de actas, págs. 53-78. Palma de Mallorca (ESPAÑA: Universidad de Extremadura.

Scholte, J. A. (2005). Globalization: a critical introduction. (Segunda ed.). New york, New york, U.S.A.: Palgrave Macmillan.

Tamayo, Y. T. (2004). El proceso de la investigación científica (Cuarta ed.). México D.F., México, México: Limusa.

Tello, C. J., Cerda, M. G., & Pardo, M. P. (2012). Índice de competitividad de los estados mexicanos ICTEM 2012 (primera ed.). (T. d. Monterrey, Ed.) Monterrey, Nuevo León, México: Centro de investigación y estudios turísticos del tecnológico de Monterrey. Recuperado el 26 de 11 de 2013, de zmags: <http://viewer.zmags.com/publication/d4f09bfc>