

**CONDICIONES DE LA DEMANDA Y FACTORES DE PRODUCCION QUE  
AFECTAN LOS ASPECTOS COMPETITIVOS DEL TURISMO EN EL DISTRITO  
ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE RIOACHA**

**DEMAND CONDITIONS AND PRODUCTION FACTORS AFFECTING THE  
COMPETITIVE ASPECTS OF TOURISM IN THE SPECIAL DISTRICT AND  
CULTURAL TOURISM RIOACHA**

**EMERSON GUERRA HERRERA<sup>1</sup>**

**ELKIN GUERRA HERRERA<sup>2</sup>**

**BETINA MARTINEZ LOPEZ<sup>3</sup>**

**Resumen**

Rioacha cuenta con riquezas naturales, culturales, étnicas y ecoturísticas que la ponen en un nivel de competitividad similar a los destinos nacionales. El objeto fue determinar el nivel de competitividad del sector turístico, se desarrolló con una metodología comparativa de los indicadores de la competitividad turística, donde se aborda un análisis de las bases teóricas del diamante de la competitividad de Michael Porter. La investigación es de tipo transversal o transeccional, el método seleccionado es el deductivo y tiene como diseño el

---

<sup>1</sup> Mg. Desarrollo Empresarial, Docente Investigador Universidad de la Guajira, Colombia, [eguerrah@uniguajira.edu.co](mailto:eguerrah@uniguajira.edu.co)

<sup>2</sup> Maestrante en Ingeniería Industrial, Docente Investigador Universidad de la Guajira, Colombia [etobiasguerra@uniguajira.edu.co](mailto:etobiasguerra@uniguajira.edu.co)

<sup>3</sup> Mg. Desarrollo Empresarial. Docente investigador Universidad de la Guajira, Colombia [bmartinezl@uniguajira.edu.co](mailto:bmartinezl@uniguajira.edu.co)

CÓDIGO JEL: Z30

Fecha de recepción: Julio de 2016 / Fecha de aceptación en forma revisada: Octubre 2016

no experimental; la población está constituida por los gerentes y/o propietarios de hoteles, hostales, empresas promotoras de turismo, y restaurantes. Obteniendo como resultados que la competitividad de las empresas presentan un nivel aceptable. Se concluye que las empresas cuentan con una buena logística e infraestructura vial, hotelera, de transporte, variedad de sitios turístico, que la hacen competitiva con el resto de las ciudades similares a ella.

**Palabras clave:** Competitividad Turística, Desarrollo Turístico, desarrollo económico, clúster turístico.

### **Abstract**

Rioacha has natural, cultural, ethnic and eco-tourism riches that put you at a similar level of competitiveness to domestic destinations. The object was to determine the level of competitiveness of the tourism sector, it developed a comparative methodology of tourism competitiveness indicators, where an analysis of the theoretical basis of diamond Michael Porter competitiveness is addressed. Research is transverse or transectional, the selected method is the deductive and its non-experimental design; the population is made by managers and / or owners of hotels, hostels, companies promoting tourism, and restaurants. Data analysis showed that the competitiveness of the companies have an acceptable level. It is concluded that the companies have good logistics and road infrastructure, hotel, transportation, tourist variety of sites that make it competitive with other cities similar to it.

**Keywords:** Tourism Competitiveness, tourism development, economic development, tourism cluster

### **Introducción**

El diamante competitivo, lo constituyen los elementos específicos que determinan la productividad del sector económico en un contexto o en unas circunstancias nacionales, regionales y locales. Una organización productiva, puede entender la dinámica que resulta de la interacción de los cuatro atributos del diamante de la industria (sector) a la que pertenece y la influencia o poder del gobierno (Betancourt, 2014)

Los cuatro lados del diamante están conformados por los factores de producción, las industrias relacionadas y de apoyo, las condiciones de la demanda, la estructura, rivalidad y estrategias de las empresas que hacen parte del sector, adicional mente y de forma indirecta están las políticas del gobierno.

La investigación buscó determinar el nivel de competitividad de las empresas del sector turístico del municipio de Riohacha, Departamento de La Guajira, Desde la Perspectiva del Empresario, esta se desarrolló con una metodología comparativa de los indicadores de la competitividad turística, donde se aborda un análisis de las bases teóricas del diamante de la competitividad de Michael Porter e igualmente se resalta el ámbito de aplicación del mismo a las empresas del sector turístico de la ciudad de Riohacha.

### **Fundamentos teóricos**

Van Der Horst (2006), citando al Institute for Management and Development (IMD), señala que la competitividad es la capacidad de un país o empresa para proporcionalmente generar más riquezas que sus competidores en los mercados internacionales.

A su vez, Porter (1991), manifiesta que la competitividad debe entenderse en términos de capacidad de mejora continua e innovación constante para generar ventajas, considera que un sector alcanzará competitividad cuando logre condiciones favorables. Además, sostiene que la competitividad debe entenderse no en términos de una nación, sino de sus industrias y sectores, por tanto, no existen naciones competitivas, sino naciones con industrias y sectores competitivos. Porter, esquematiza, bajo la forma simbólica de un diamante los cuatro factores que permiten a ciertas naciones y en consecuencia, a sus industrias ser más competitivas que otras. Estos factores son las condiciones de la demanda, las condiciones de los factores, las industrias de apoyo y relacionadas, la estrategia, estructura y rivalidad; adicionalmente al diamante se le agregan otros dos factores, el de azar y la intervención del gobierno que influyen en todos los otros determinantes (Morales y Pech, 2000).

#### ***Las condiciones de los factores***

Para Van Der Horst (2006), la condición de los factores se refiere a la posición de un país en cuanto a infraestructura física, administrativa, de información, científica y tecnológica, así como el marco jurídico legal, mercados de capitales, recursos humanos cantidad, el costo, la calidad y la especialización de los factores necesarios para competir en una determinada industria y que contribuyen a crear un clima de negocios propicio para la

competitividad. Desde este enfoque, una nación exportará aquellos bienes que hagan un uso intensivo de los factores en los en los que está relativamente bien dotada. (Morales y Pech, 2000).

### ***Las condiciones de la demanda***

Significa la naturaleza de la demanda interior de los sectores, productos, bienes o servicios del mismo. La demanda interior es el mecanismo mediante el cual las empresas perciben las necesidades del comprador, es decir, que los consumidores sofisticados obligan a las empresas locales a invertir en investigación y desarrollo. En ese sentido, si la demanda interior ofrece a las empresas locales una información más rápida y clara de las necesidades del comprador, se tiene una ventaja sobre los rivales extranjeros. Las naciones obtienen ventaja competitiva si los compradores locales presionan a las empresas locales para que innoven constantemente y en mayor profundidad que sus rivales extranjeras (Porter, 1991; Gracia, 2008).

### **Metodología**

El estudio está enmarcado en una investigación de tipo de campo, transversal y descriptiva, donde se representan situaciones y eventos del fenómeno, permitiendo la identificación de sus características. Según los objetivos y alcance de los resultados la investigación es de diseño no experimental. La técnica de recolección de datos es la encuesta, aplicada directamente por los investigadores, para ello fue diseñado un cuestionario estructurado con preguntas en escala de Likert.

La población objeto de esta investigación está constituida por los gerentes o propietarios de hoteles, hostales, empresas promotoras de turismo, y restaurantes de la

ciudad de Riohacha, que según datos obtenidos de la Cámara de Comercio de La Guajira, asciende a 125 unidades censales, compuestas por 63 hoteles, 14 agencias de promoción turística y 48 restaurantes, de las cuales se extrajo una muestra de 68 unidades.

Las técnicas empleadas para esta investigación, fueron las fuentes de información primaria y fuentes de información secundaria. La fuente de información primaria, la constituye toda aquella información que se pudo recolectar directamente de los propietarios y/o administradores de empresas ligadas al sector turístico, tales como hoteles, restaurantes, empresas de transporte y agencias de viajes. El instrumento para recolectar esta información fue las encuestas con (42) preguntas estructuradas que responden a los indicadores de la variable. Las fuentes de información secundaria, la constituyen los datos bibliográficos y documentales que aporten información útil sobre la competitividad. Los instrumentos que se requieren para obtener esta información son los textos, archivos, boletines, monografías, Leyes, planes de desarrollo, documentos Conpes, Estudios relacionados al sector Turismo, páginas de internet, entidades públicas nacionales como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (DITUR, RNT, cuenta satélite del turismo); Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (Unidad de Parques, Corporaciones Autónomas Regionales); Ministerio de Transporte (INVIAS), Policía Nacional (Policía de Turismo), Departamento de la Guajira, Distrito Turístico y Cultural de Riohacha, oficinas departamentales y locales de turismo, División Marítima (DIMAR), Universidades y centro educativos, entidades privadas como los gremios, empresarios del sector, información obtenida de investigaciones como tesis de pregrado, postgrado, artículos científicos y otras entidades como el DANE, DNP, el Banco de la República etc.

## Resultados

### *Condiciones de los factores de producción*

**Tabla 1. Condiciones de los factores de producción: recursos naturales e históricos**

R. naturales			R. históricos		
	FA	FR		FA	FR
Clima	21	30,9	Arquitectura	0	-
Playas	45	66,2	Costumbres	30	44,1
Limpieza	0	-	Cultura	20	29,4
Agua del mar	2	2,9	Manifesta cul	4	5,9
Trafico	0	-	Patrimonio	14	20,6
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>	<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Autores con base en información suministrada por los gerentes y propietarios de las empresas encuestadas. (FA: Frecuencia Absoluta; FR: Frecuencia Relativa)

Las empresas del sector turístico del Distrito de Riohacha ven como recursos naturales, las playas (66.2%) y clima (30,9%), y como recursos históricos, las costumbres y tradiciones (44.1%) y la cultura (29,4%) como los factores de producción que le dan el atractivo turístico y potencian su competitividad.

Esa apreciación positiva se debe a que las playas son un importante factor de producción turística, por su belleza, amplitud y su ubicación dentro de la ciudad, en toda la Avenida de La Marina o calle 1. Una extensa bahía a 3 m.s.n.m., se caracterizada por la abundancia de palmeras y oleajes de mediana intensidad, además, posee un muelle de atracaderos de barcos con acceso durante todo el año.

**Tabla 2. Condiciones de los factores de producción: infraestructura, capacitación y seguridad**

	Infraestructura		Capacitación		Seguridad	
	FA	FR	FA	FR	FA	FR
Totalmente de Acuerdo	69	23,5	92	33,8	18	26,5
De Acuerdo	114	38,8	157	57,7	28	41,2
Indiferente	38	12,9	14	5,1	13	19,1
En Desacuerdo	38	12,9	9	3,3	7	10,3
Muy en Desacuerdo	35	11,9	0	-	2	2,9
<b>TOTAL</b>	<b>294</b>	<b>100,0</b>	<b>272</b>	<b>100,0</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Autores con base en información suministrada por los gerentes y propietarios de las empresas encuestadas. (FA: Frecuencia Absoluta; FR: Frecuencia Relativa)

Por otra parte, en la misma dimensión de condiciones de los factores de producción, se evidencia que la infraestructura turística (62.3%), el nivel de capacitación del recurso humano (91.5%) y la seguridad de la ciudad (67.7%), conforme a la opinión de los encuestados, generan competitividad con miras al desarrollo del sector turístico.

Esta opinión favorable se debe a que la principal infraestructura turística de la ciudad, está conformada por inmuebles históricos y patrimoniales, los espolones, el centro histórico, las vías pavimentadas y en buen estado, servicios públicos disponibles (disponibilidad de agua las 24 horas del día en el centro histórico del distrito), El Malecón de la calle primera, donde se hacen las exposiciones de artesanías de los indígenas wayuu, las playas de Mayapo<sup>4</sup>, la Boca de Camarones, las Rancherías Wayuu, la Catedral Nuestra Señora de los Remedios y la Plaza de Padilla, entre otros. Sin embargo, hay que reconocer que esta oferta tiene reconocimiento local, regional y muy poco nacional e internacional.

<sup>4</sup> Si bien el corregimiento de Mayapo pertenece al municipio de Manaure, su localización a solo 20 Kilómetros de Riohacha DTC, le proporciona a esta gran afluencia turística durante todo el año.



En cuanto al aspecto de capacitación, se encontró que la formación del personal que la formación del personal que labora en las empresas (hoteles, restaurantes, empresas de transporte, agencias de viajes, entre otras) es adecuada y competente para impulsar el desarrollo del sector turístico en el Distrito de Riohacha. Igualmente, las empresas capacitan al personal para que orienten al turista sobre los sitios y atractivos turísticos.

En ese mismo sentido, los empresarios consideran que en el Distrito de Riohacha existe la disponibilidad suficiente de personal apto para trabajar en el sector turístico, ya que existen instituciones de educación superior que forman profesionales, tecnólogos y técnicos con perfiles turísticos y relacionados. Entre las instituciones de formación están la Universidad de la Guajira y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.

En cuanto a la seguridad, expresaron que favorece la imagen positiva de los factores de producción, por el permanente compromisos de la fuerza pública, en cabeza de la Policía Nacional, que presta vigilancia las 24 horas del día en la ciudad, pese a que existe, según informes de la Secretaría de Gobierno Distrital, un déficit para cubrir todas las zonas turísticas del Distrito de Riohacha, sobretodo, en las temporadas altas, por tal razón no es muy frecuente verlos en los sitios fuera de la ciudad

### *Condiciones de la demanda*

#### **Tabla 3: Condiciones de la demanda**

	Exigencia		Sofisticación		Procedencia		Temporada	
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
Totalmente de Acuerdo	29	42,6	21	30,9	58	42,6	72	52,9
De Acuerdo	33	48,5	37	54,4	59	43,4	55	40,4
Indiferente	5	7,4	8	11,8	15	11,0	5	3,7
En Desacuerdo	1	1,5	2	2,9	4	2,9	3	2,2
Muy en Desacuerdo	0	-	0	-	0	-	1	0,7
TOTAL	68	100,0	68	100,0	136	100,0	136	100,0
MEDIA	4,3		4,1		4,3		4,4	
MEDIANA	4,0		4,0		4,0		5,0	
D. STANDART	0,7		0,7		0,8		0,7	

Fuente: Autores con base en información suministrada por los gerentes y propietarios de las empresas encuestadas. (FA: Frecuencia Absoluta; FR: Frecuencia Relativa)

Los administradores y propietarios de las empresas turísticas del Distrito de Riohacha, opinan que los turistas son bastante exigentes en la demanda de los servicios (91.1%) y sofisticados (85.3%); en un alto grado su procedencia es del orden internacional (88,0%) y nacional (94,1%) y la temporada de visita de mayor frecuencia son las vacaciones escolares y la Semana Santa (93.3%).

El aspecto de favorabilidad alto, del nivel de exigencia y sofisticación, radica en que el Distrito de Riohacha, está albergando turistas de altos salarios y de buena condición económica, lo que hace más exigente al cliente en cuanto al confort de los servicios hoteleros, la calidad y variedad de los alimentos y la calidad de los servicios de los bares y discotecas, así como la variedad de productos turísticos (sitios) que se le ofrecen.

En ese sentido, Porter (1991) insiste en considerar las exigencias de los consumidores de un país o sector como indicadores de inmediatos cambios en otros mercados, siempre y cuando ese país o sector sea exportador, además de, valores y productos, de gustos y nuevos estilos de vida.

Ante esta evidencia, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012), contempla la segmentación como una herramienta fundamental para crear ventajas competitivas e identificar los cambios que se vayan produciendo en las expectativas de los consumidores.

Los empresario turísticos, también tienen una apreciación favorable alta en cuanto a la procedencia geográfica y temporada de visita del turista, esto se da porque el lugar de procedencia de los turistas que visitan el distrito de Riohacha en un alto grado son del orden nacional e internacional, sobre todo en las temporadas de vacaciones escolares y las de Semana Santa. Esta situación es similar para los destinos de Santa Marta y Cartagena, los cuales tienen un nivel de ocupación entre el 70% y el 90%<sup>5</sup> en esas temporadas, por encima del nivel nacional, dicha ocupación está alrededor del 52.6%. (Ver anexo 8.8).

Otras razones que incluyen el turismo, e inducen a los turistas a visitar el Distrito de Riohacha son los negocios, las visitas a familiares y amigos y la recreación y el descanso. Se estima que la mayor proporción la tienen las actividades recreativas, principalmente en las temporadas de vacaciones. Sin embargo, hay tres motivos que aunque no son el principal motor para tomar la decisión de venir a la ciudad, toman una gran relevancia en el momento de “aprovechar” el destino: las compras, la salud y la visita a sitios de interés cultural.

---

<sup>5</sup> Cotelco 2015: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12489803>, martes 06 de octubre de 2015.

## **Conclusiones**

Se concluye que uno de los factores importantes de producción turística fuerte y que potencian la competitividad de la ciudad de Riohacha, son las playas, costumbres y tradiciones de la ciudad, así como la infraestructura turística, la cual representa una importante influencia para generar competitividad con miras al desarrollo del sector en la ciudad, la potencialidad de la infraestructura turística de la ciudad, está soportada en los sitios turísticos, los servicios públicos, las vías de acceso a los diferentes destinos y la belleza de los parques, aceras y malecones, en ese mismo sentido, la disponibilidad de agua las 24 horas del día en el centro histórico del distrito y la prestación del servicio de energía.

Por otra parte, el buen nivel de capacitación de los empleados favorece la imagen positiva de la competitividad, la cual es adecuada y competente para impulsar el desarrollo del sector turístico en el distrito de Riohacha. Igualmente, las empresas capacitan al personal para que orienten al turista en cuanto a los sitios y atractivos turísticos. En ese mismo sentido, los empresarios consideran que en el distrito de Riohacha existe la disponibilidad suficiente de personal apto para trabajar en el sector turístico, la seguridad, favorece la imagen positiva de los factores de producción, debido al permanente compromiso de la fuerza pública en cabeza de la policía nacional, la cual presta vigilancia las 24 horas del día en la ciudad

## **Recomendaciones**

Que la entidad encargada de las playas de la ciudad procure mantenerlas en buen estado y aptas para el disfrute del turista, igualmente se debe promocionar el tamaño y

extensión de playas que tiene la ciudad a nivel nacional e internacional. Las costumbres y tradiciones de la ciudad de Riohacha son aspectos que le dan al distrito el atractivo turístico como factor importante de producción turística fuerte y que potencian la competitividad turística de Riohacha, por lo tanto es importante impulsar este atractivo a través de pautas publicitarias en los medios televisivos e impresos a nivel nacional e internacional.

El estado, a través de los gobiernos, nacionales, departamental y municipal, debe incentivar la llegada de inversionistas en turismo a la ciudad de Riohacha, dado que la infraestructura turística, representa una importante influencia para generar competitividad con miras al desarrollo del sector turístico, la infraestructura turística de la ciudad de Riohacha debe estar orientada a la organización y modernización de los sitios turísticos, mejora de los servicios públicos, construcción y arreglo de las vías de acceso a los diferentes destino y al embellecimiento de los parques, aceras y malecones, es así como el gobierno local debe de facilitar la disponibilidad de agua las 24 horas del día en todo el distrito, igualmente se debe mejorar la prestación del servicio de energía.

Los gremios pertenecientes al turismo deben potenciar la diversidad de la oferta educativa en cuanto a servicios turísticos se refiere, estableciendo acuerdos con las instituciones de formación existentes en la ciudad, debido a que el buen nivel de capacitación de los empleados favorece la imagen positiva de la competitividad de Riohacha para que de esta manera pueda existir la disponibilidad suficiente de personal apto para trabajar en el sector turístico. En cuanto al aspecto de seguridad, la policía nacional debe aumentar el pie de fuerza en la ciudad y disponer de agente que apoyen la vigilancia en todos los sitios de interés turístico de la ciudad.

## **Conclusiones**

Se concluye que uno de los factores importantes de producción turística fuerte y que potencian la competitividad de la ciudad de Riohacha, son las playas, costumbres y tradiciones de la ciudad, así como la infraestructura turística, la cual representa una importante influencia para generar competitividad con miras al desarrollo del sector en la ciudad, la potencialidad de la infraestructura turística de la ciudad, está soportada en los sitios turísticos, los servicios públicos, las vías de acceso a los diferentes destinos y la belleza de los parques, aceras y malecones, en ese mismo sentido, la disponibilidad de agua las 24 horas del día en el centro histórico del distrito y la prestación del servicio de energía.

Por otra parte, el buen nivel de capacitación de los empleados favorece la imagen positiva de la competitividad, la cual es adecuada y competente para impulsar el desarrollo del sector turístico en el distrito de Riohacha. Igualmente, las empresas capacitan al personal para que orienten al turista en cuanto a los sitios y atractivos turísticos. En ese mismo sentido, los empresarios consideran que en el distrito de Riohacha existe la disponibilidad suficiente de personal apto para trabajar en el sector turístico, la seguridad, favorece la imagen positiva de los factores de producción, debido al permanente compromiso de la fuerza pública en cabeza de la policía nacional, la cual presta vigilancia las 24 horas del día en la ciudad de Riohacha.

## **Recomendaciones**

Que la entidad encargada de las playas de la ciudad procure mantenerlas en buen estado y aptas para el disfrute del turista, igualmente se debe promocionar el tamaño y extensión de playas que tiene la ciudad a nivel nacional e internacional. Las costumbres y tradiciones de la ciudad de Riohacha son aspectos que le dan al distrito el atractivo turístico como factor importante de producción turística fuerte y que potencian la competitividad turística de Riohacha, por lo tanto es importante impulsar este atractivo a través de pautas publicitarias en los medios televisivos e impresos a nivel nacional e internacional.

El estado, a través de los gobiernos, nacionales, departamental y municipal, debe incentivar la llegada de inversionistas en turismo a la ciudad de Riohacha, dado que la infraestructura turística, representa una importante influencia para generar competitividad con miras al desarrollo del sector turístico, la infraestructura turística de la ciudad de Riohacha debe estar orientada a la organización y modernización de los sitios turísticos, mejora de los servicios públicos, construcción y arreglo de las vías de acceso a los diferentes destino y al embellecimiento de los parques, aceras y malecones, es así como el gobierno local debe de facilitar la disponibilidad de agua las 24 horas del día en todo el distrito, igualmente se debe mejorar la prestación del servicio de energía.

Los gremios pertenecientes al turismo deben potenciar la diversidad de la oferta educativa en cuanto a servicios turísticos se refiere, estableciendo acuerdos con las instituciones de formación existentes en la ciudad, debido a que el buen nivel de capacitación de los empleados favorece la imagen positiva de la competitividad de Riohacha para que de esta manera pueda existir la disponibilidad suficiente de personal apto para trabajar en el sector turístico. En cuanto al aspecto de seguridad, la policía

nacional debe aumentar el pie de fuerza en la ciudad y disponer de agente que apoyen la vigilancia en todos los sitios de interés turístico de la ciudad.

Los hoteles, restaurantes, bares, discotecas de la ciudad, deben prestar servicios de exclusividad, calidad y variedad a los turísticas que llegan al distrito de la ciudad de Riohacha, ya que el nivel de exigencia y la sofisticación de los mismo es alta, por el poder adquisitivo que tienen y la posición social a la que pertenecen, eso hace más exigente al cliente en cuanto al confort de los servicios, igualmente, se deben desarrollar Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal, cultural y el turismo del distrito.

Así mismo, se debe impulsar el estudio para la elaboración del Plan Sectorial de Turismo 2016-2020. Riohacha, destino turístico de clase mundial, cuyo objetivo es consolidar los procesos locales de turismo de tal manera que se disponga de una oferta de productos y destinos altamente competitivos de clase mundial para los mercados nacionales e internacionales.

Adicionalmente, es importante implementar estrategias de investigación de mercados del turismo, nacionales y territoriales, las preferencias de la demanda hacia el componente cultural, étnico, artesanal, sol y playa de manera que permitan orientar la oferta turística hacia el desarrollo de productos donde se vincule prioritariamente la demanda nacional e internacional, así como fortalecer la investigación de los contenidos etnoculturales, los valores de identidad, simbólicos y pertenencia, en la verdadera búsqueda de su historia y en la comprensión de estos factores para poder transmitirlos a través del desarrollo de productos turísticos, especialmente en la interpretación de las expresiones artesanales como parte del patrimonio inmaterial de Riohacha. Adicionalmente impulsar el estudio para la



creación del círculo metropolitano turístico de los municipios de Riohacha, Manaure y Uribía, como forma de integración de municipios que pueden mejorar la prestación de servicios turísticos por cooperación y asociación.

### Referencias bibliográficas

- Aguado Muñoz , R. (Agosto de 2010). Ensayo la competitividad sostenible: nuevo reto para las empresas y la sociedad. *Boletín de estudios económicos*, Vol. LXV - N.º 200 - Agosto 2010, (Páginas 263-281), Vol. LXV - N.º 200 , 263-281.
- Alcantara, M. C., & Longa F., O. (2003). La competitividad de la industria turística venezolana bajo una perspectiva internacional.
- Anturi Santos, R. (2015). El análisis técnico y fundamental en un contexto de globalización: Bancolombia. *Aglala*, 6(1), 1-37. doi:10.22519/22157360.753
- Alcántara, M. C., & Longa F., O. (2004). *Universidad ESADE*. Recuperado el 27 de Agosto de 2016, de Esade: [http://www.esade.edu/cedit2004/pdfs/2\\_Alcantara.pdf](http://www.esade.edu/cedit2004/pdfs/2_Alcantara.pdf)
- Araguren y Wilson, M. (2014). Competitividad territorial. *Boletín de estudios económicos*, LXIX(213), 517-532.
- Betancourt, B. (2014). *Análisis sectorial y competitividad*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Bravo, A y Rincón, D. (Enero de 2013). Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia. Bogota D.C.
- Castro González, S., Vasquez Guzmán, E., y Vega Vilca, J. C. (2015). Ecuador, Perú y Colombia: ¿competidores o complementarios sudamericanos? análisis de su competitividad global. *Global de Negocios*, 13-29.

- Colombia, C. D. (10 de Julio de 2012). LEY 1558 10 JULIO DE 2012. *Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-Ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.* Bogota D.C.
- Cultura, M. D. (15 de Septiembre de 2015). Lista de bienes declarados bien de interes cultural del ámbito nacional. Bogota D.C, Colombia.
- Gracia, M. (2008). Los determinantes de la competitividad nacional. *Temas de Ciencia y Tecnología, Volumen 12*(No. 36), Págs. 12-24.
- Lombana, J., y Rozas, S. (2008). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *pensamiento y gestión*, 1-38.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.* Bogota D.C.
- Monsalvas, C. A., y Monsalvas, L. O. (2014). Diagnóstico de los factores que influyen en la competitividad de las empresas de alojamiento. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 1661-1669.
- Morales, M. A., y Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: El enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduria y Administracion*, 47-63.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones.* Buenos Aires, Argentina: Vergara.
- Rioacha, A. M. (29 de Octubre de 2015). Decreto 078 de 2015. *Por el cual se ajusta y adocta el plan de ordenamiento territorial.* Riohacha, La Guajira, Colombia.
- Rioacha, A. M. (2016). Plan de desarrollo Riohacha influyente y sostenible.

Solleiro, J. L., y Castañon, R. (2007). Competitividad y sistemas de innovacion: Los retos para la insercion de Mexico en el contexto global. *Temas de Iberoamerica: globalizacion, ciencia y tecnologia (OEI)*, 165-197.

Van Der Horst, A. (2006). *Competitividad, desafio global para el reto local*. (E. Pereyra, Ed.) Republica Dominicana: Corripi