

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL CLÚSTER DE SUGAMUXI  
FRENTE AL SECTOR DEL TURISMO, DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ.

FABIAN ALEXANDER CHIVATA CARDENAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

INGENIERÍA INDUSTRIAL

OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTÁ D.C

2023

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL CLÚSTER DE SUGAMUXI  
FRENTE AL SECTOR DEL TURISMO, DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ.

FABIAN ALEXANDER CHIVATA CÁRDENAS

Anteproyecto de investigación - Opción de Grado II

Asesor Anteproyecto

Ing. Luisa Fernanda Alcalá Zarate

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

INGENIERÍA INDUSTRIAL

OPCIÓN DE GRADO I

BOGOTÁ D.C

2023

2

## CONTENIDO

	Pág
1.LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	10
2.DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	11
2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	11
2.1.1 Competitividad turística mundial.	11
2.1.2 Competitividad turística en Colombia	12
2.1.3 Competitividad turística en el departamento de Boyacá	13
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	15
2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
4. OBJETIVO	19
4.1 OBJETIVO GENERAL	19
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
5.MARCO REFERENCIAL	20
5.1 MARCO CONCEPTUAL	20
5.2 MARCO TEÓRICO	22
5.2.1 Mejoras en los factores de la competitividad Turística	22
5.2.2 Fortalezas del Sector Turístico en Boyacá	23
5.2.3 Metodologías de evaluación turística	24
5.3 MARCO NORMATIVO	25
6.MARCO METODOLÓGICO	27
6.1 TIPO DE ESTUDIO	27
6.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	27
6.3 POBLACIÓN	27
6.4 MUESTRA	28
6.4.1 Muestra No probabilística	28
6.4.2 Muestra Probabilística	28
6.5 VARIABLES DE MEDICIÓN	29
6.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	31
6.7 DISEÑO METODOLÓGICO	32
6.8 CONSIDERACIONES ÉTICAS	33
7.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	35

8.PRESUPUESTO	36
9.PRESENTACION DE RESULTADOS ALCANZADOS	37
<b>9.1 OBJETIVO 1: <i>Comprender los antecedentes de la competitividad del sector turístico para el contexto actual del clúster de Sugamuxi y qué factores afectan a este grupo de empresas.</i></b>	37
9.1.1 Factores	41
9.1.2 Antecedentes de autores	42
<b>9.2 OBJETIVO 2: <i>Evaluar los estándares e indicadores del desarrollo y la competitividad de la región estudiada.</i></b>	44
<b>9.3 OBJETIVO 3: <i>Comparar el grado de competitividad del clúster Sugamuxi frente a los indicadores del sector turístico del departamento de Boyacá.</i></b>	48
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	63

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de Variables	29
Tabla 2 Diseño Metodológico	32
Tabla 3 Presupuesto	36
Tabla 4. Autores antecedentes	42
Tabla 5 Codificación de Dimensiones	45
Tabla 6 Codificación Final	46
Tabla 7. Resultados Alfa Cronbach Departamento de Boyacá	50
Tabla 8. Rangos Escala de Cronbach	50
Tabla 9. Resultados Estadísticos Departamento de Boyacá	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 10. Resultados Estadísticos Clúster Sugamuxi	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 11. Comparación Estadística	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 12. Recomendaciones	57

## LISTA DE FIGURAS

Pág

Figura 1. Mapa de Clasificación Turística Colombiana .....	12
Figura 2. Prestadores de servicios turísticos y su mapa de división política .....	14
Figura 3. Árbol de Problemas.....	16
Figura 4. Diagrama de barras del nivel de cumplimiento en programas de turismo .....	18
Figura 5. Estructura del Índice de Competitividad Turística .....	22
Figura 6.División Política Provincia de Sugamuxi .....	25
Figura 7.Diagrama de Gantt.....	35
Figura 8. Mapa Actividades Turísticas Provincia Sugamuxi.....	38
Figura 9. Comportamiento en el departamento de Boyacá.....	49
Figura 10. Gráfico de Barras Comparativo .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## LISTA DE ANEXOS

	Pág
(Anexo A. Tabla de datos).....	48
(Anexo B. Certificación Gobernación de Boyacá) .....	48
(Anexo C. Alfa de Cronbach Encuesta).....	48
(Anexo D. Estandarización de competitividad del sector turismo).....	54
(Anexo E. Estandarización de la competitividad Clúster de Sugamuxi). .....	54

## RESUMEN

El departamento de Boyacá cuenta con una amplia riqueza turística, por lo cual se hace necesario estudiar la competitividad empresarial. Para la presente investigación enfocada en el Clúster de Sugamuxi frente al sector del turismo del departamento de Boyacá, se buscará analizar el estado presente y los antecedentes de estas empresas. Por lo anterior, se evaluará en base a los pilares de la competitividad, una herramienta que permita realizar una medición y un análisis estadístico de cómo se encuentran las empresas del sector. Para esto se tendrán en cuenta los “Índices de Desarrollo de Viajes y Turismo”, que evalúan factores y políticas para el desarrollo sostenible en el sector de viajes y turismo (T&T) y el “Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia” (ICTRC), los más importantes dentro del sector competitivo en el turismo, dando como resultado dentro de la muestra hallada, la comparación entre las mismas y el posible cambio de aquellos factores que no permiten avanzar a la región.

La población entre la cual se desarrollará la comparación, con base a los factores de competitividad que se plantean identificar, son las empresas adscritas al clúster con una muestra de 34 y las empresas que se ubican en el departamento de Boyacá con una muestra de 88, lo anterior con base a un muestreo probabilístico. Teniendo como finalidad aumentar la competitividad y a su vez incrementar el crecimiento económico, más aun teniendo estudios que demuestran que 3 años de pandemia dejaron demasiados vacíos en el sector; para la ayuda de ello se debe exaltar sus raíces y cultura aumentando el comportamiento atractivo hacia los turistas.

Se plantea una investigación mixta, de tipo descriptiva y correlacional, con el propósito de estudiar la diversidad de metodologías que utilizan las instituciones y entidades para medir el grado de competitividad, así mismo se define como un tipo de investigación experimental enfocada al análisis de todos aquellos índices estudiados, para ello se hace obligatorio la validación

de la herramienta.

Palabras Clave: Clúster, Sugamuxi, Competitividad, índices, Turismo

## ABSTRACT

The department of Boyacá has a wide tourist wealth, so it is necessary to study business competitiveness. For the present research focused on the Sugamuxi Cluster in front of the tourism sector of the department of Boyacá, we will seek to analyze the present state and background of these companies. Therefore, it will be evaluated based on the pillars of competitiveness, a tool that allows a measurement and statistical analysis of how companies in the sector are. For this, the "Travel and Tourism Development Indices", which evaluate factors and policies for sustainable development in the travel and tourism sector (T&T) and the "Regional Tourism Competitiveness Index of Colombia" (ICTRC), the most important within the competitive sector in tourism, will be taken into account, resulting in the sample found, The comparison between the same and the possible change of those factors that do not allow the region to advance.

The population among which the comparison will be developed, based on the competitiveness factors that are proposed to be identified, are the companies assigned to the cluster with a sample of 34 and the companies that are located in the department of Boyacá with a sample of 88, the above based on a probabilistic sampling. With the purpose of increasing competitiveness and in turn increasing economic growth, even more so having studies that show that 3 years of pandemic left too many gaps in the sector; To help this, its roots and culture must be exalted by increasing the attractive behavior towards tourists.

A mixed research is proposed, of descriptive and correlational type, with the purpose of studying the diversity of methodologies used by institutions and entities to measure the degree of competitiveness, likewise it is defined as a type of experimental research focused on the analysis of all those indices studied, for this the validation of the tool is mandatory.

Keywords: cluster, sugamuxi, competitiveness, indices, tourism

## 1.LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La Universidad Santo Tomás en la facultad de ingeniería industrial de la sede Principal, cuenta con dos líneas de investigación, este anteproyecto se orientará en la línea de Gestión Organizacional, enmarcadas en el área temática de estrategia y competitividad en los siguientes espacios académicos: Introducción a la gestión de la innovación, pensamiento y análisis sistémico, Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva y estrategia corporativa. Dentro de la línea mencionada, se fomentan investigaciones y mejoras continuas de ambientes cambiantes e incertidumbre en torno a una realidad empresarial junto con el Semillero de investigación en innovación y sustentabilidad (SII2).

Para el presente proyecto se trabajará en conjunto con la seccional de Tunja, Boyacá, en el marco del FODEIN 2023 titulado “capacidades de innovación frente a la competitividad de las empresas adscritas al Clúster de Turismo de Sugamuxi del Departamento de Boyacá”, liderado por la Ing. Luisa Alcalá junto con los Ings. Yenny Martínez, Alexis Navas y Diana Ayala.

## 2.DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

### 2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

#### **2.1.1 Competitividad turística mundial.**

El turismo es un factor de política pública que se ha desarrollado con gran importancia a nivel mundial debido a su impacto económico significativo en muchos países y regiones, por lo cual las empresas que influyen en este sector deben contar con un alto nivel de competitividad, que permitan captar los nuevos mercados y su estacionalidad, debido a que se cuenta con un amplio marketing de destinos actuando como un fenómeno social.

Las personas hoy en día cuentan con diferentes fines turísticos y experiencias, girando en torno al turismo corporal, intelectual, material y ambiental, como lo menciona Miguel Ledhesma [1] , este sector proporciona alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, entretenimiento y otras actividades turísticas se han convertido en un epicentro nacional y mundial, por lo cual esto ha generado retos a todos aquellos grupos que hacen parte de la competitividad turística impulsando la innovación, el desarrollo tecnológico, la infraestructura, entre otros.

La competitividad turística mundial ha explorado la capacidad de atraer personas y posicionarse en el mercado global con un desarrollo sostenible basado en la adaptabilidad, pese a la incertidumbre y volatilidad del medio; como lo asegura el secretario de la “Organización Mundial del Turismo” (OMT), El Sr. Zurab Pololikashvili, el turismo mundial necesitará un amplio impulso en pro de recuperar los estragos dejados por el COVID-19 en este sector, por lo cual se deberá invertir en proyectos que marquen la diferencia aprovechando el potencial de crecimiento del mismo en el mundo [2]. Dentro de las principales afectaciones a este sector se encuentran la suspensión de las fronteras terrestres y marítimas, suspender el ingreso de extranjeros por vía aérea, el aislamiento obligatorio o cuarentena lo que dejó de un lado el turismo totalmente lo cual generó grandes pérdidas en el PIB mundial. [3]

El turismo ha ido aumentando exponencialmente a pesar de esta gran decaída y de los factores negativos, siendo uno de los sectores económicos con mayor velocidad de crecimiento por lo que la OMT ha decidido cimentar los compromisos y las políticas fijadas para el cumplimiento del cronograma del año 2030 titulada “el desarrollo sostenible y los objetivos de desarrollo sostenible”, este con un alcance universal, que permite realizar un aporte con 3 puntos clave: La optimización de recursos naturales, la autenticidad sociocultural y la viabilidad de las actividades económicas a largo plazo. Por lo que actualmente se están avanzando con proyectos relacionados con la biodiversidad, “One Planet”, el calentamiento global, la decisión mundial sobre turismo y plásticos, dando

respuesta a espacios energéticos para hoteles, diminutos espacios insulares en desarrollo (PEID), entre otros. [4]

### **2.1.2 Competitividad turística en Colombia**

Colombia goza con una gama turística colonial y natural muy llamativa frente a sus visitantes, que, pese a afectaciones económicas, políticas, sociales del país en muchos casos se ha visto afectada, pero aun así este sector ha logrado demostrar a través de estimaciones validadas por la gestión de un estudio sectorial y la generación del “Ministerio de Comercio, Industria y Turismo” (MINCIT), que en el 2022 los servicios turísticos aportaron \$45 billones al PIB del país, presentando una cifra de crecimiento para ese mismo año del 15,4% en comparación con las cifras del 2021 y un aumento del 33,4% con respecto al 2019, evaluando el restablecimiento total de las consecuencias de la pandemia. Colombia así mismo en su diversidad y riqueza natural reportó visitas a Parques naturales 1,4 millones de turistas. Otra área de gran aporte evidenciada es el nivel de empleabilidad que produce este sector, ya que responde con unos efectos positivos de empleos del 1.661.000 creados para el cierre del 2022. [5]

Diversas herramientas y rankings para medir la competitividad turística mundial demuestran el avance que ha tenido Colombia, siendo uno de los más conocidos, lo muestra así, los distintos índices de competitividad turística, basados del “Foro Económico Mundial” (WEF). Este analiza la competitividad turística de más de 117 países dentro de los que Colombia cuenta con su cobertura, donde se ha evidenciado la mejora progresiva en esta actividad económica para el país, ubicándose en el puesto número 58 en el año 2021, siendo el último reporte del (WEF) , avanzando en 4 puestos con respeto al 2019 que se posicionó el puesto número 62, [6] también se mantuvo y mejoró en este índice el cual evalúa 14 pilares de los cuales Colombia cumple con 10 de estos que son: competitividad en precios, sostenibilidad ambiental, infraestructura y conectividad aérea, mercado laboral, promoción turística y apertura internacional, infraestructura portuaria y terrestre, disponibilidad de diferentes tecnologías de referencia y comunicación, que contienen un grado de seguridad y medidas sanitarias especiales. El país tuvo un posicionamiento en el puesto número 19 a nivel mundial en el pilar de recursos naturales y un puesto 25 en temas culturales [7]. El (MINCIT) continúa trabajando con el interés de mejorar la competitividad turística del país, a su vez logrando y resaltando un posicionamiento superior en el sector en un entorno nacional e internacional.

Colombia cuenta con una amplia gama turística la cual aumentado la competitividad como país en este sector dentro de estas se resaltan el gran Caribe, el Pacifico, los Andes occidentales, los Andes orientales, Macizo, el Amazonas y la Orinoquia. Como se observa a continuación en el mapa con sus monumentos y sus ciudades y pueblos característicos. [8]

Figura 1. Mapa de Clasificación Turística Colombiana

## GRAN CARIBE COLOMBIANO

### MUCHO MÁS QUE CARIBE

Esta zona de naturaleza exuberante, selvas y nieves perpetuas, duna del desierto y maras de siete colores, es mucho más que arena dorada y arrecifes de coral. Es el hogar de culturas fascinantes, indígenas y raiçales, de cernavales y música, de sitios arqueológicos integrados del imaginario garífuna y de la ciudad colonial más hermosa del mundo, Cartagena de Indias.



## PACÍFICO COLOMBIANO

### SABOR A SELVA Y MAR

El secreto mejor guardado de Colombia, es un ecosistema megadiverso donde selvíjeras selvas colisionan con el océano, bahías paradisíacas hacen épicos viajes para dar a luz en sus aguas y tortugas marinas anidan en sus enormes playas raiçales. De herencia afrodescendiente y ancestral, su oferta cultural es de talla mundial, gracias a Cali y su salsa, su deliciosa gastronomía y sus festivales.



## ANDES OCCIDENTALES COLOMBIANOS

### MONTAÑAS DE CAFÉ Y FLORES

Región que transforma sociedades y mira al futuro desde la tradición. Escenario de majestuosas montañas con aroma a café, pueblos extraordinariamente coloridos, campesinos conversadores, aves exóticas y valles colmados de flores. Es la Feria del Pasaje Cultural Cafetero y de la moderna Medellín, ciudad de Bogotá, la cultura sillera, la gastronomía y la moda colombiana.



## MACIZO COLOMBIANO

### ORIGENES ANCESTRALES

Estos misteriosos páramos, montañas y volcanes son la cuna de la cultura andina colombiana y de los grandes ritos del país. La impronta de antiguas civilizaciones se siente fuertemente en los parques arqueológicos y en sus comunidades indígenas, que mantienen vivos sus saberes ancestrales. Un destino que invita a explorar la experiencia de lo eterno y que alberga la Ciudad Blanca de Topyán.



## AMAZONÍA-ORINOQUÍA COLOMBIANA

### SILVAS Y LLANOS SAGRADOS

El corazón verde de Colombia es una inmensa región megadiversa de bosques milenarios, colosales cielos y atormentados raudales. El norte alberga un paisaje salvaje de Sanjurjo vírgenes, hatos y esteros biodiversos, ricos en cultura de campo. Los inexplorados selvas del sur esconden un universo de maravillas naturales, petroglifos, saberes indígenas ancestrales y culturas vivas, que debemos seguir preservando.



Conoce más de nuestras regiones y destinos en **COLOMBIA.TRAVEL**

**COLOMBIA**

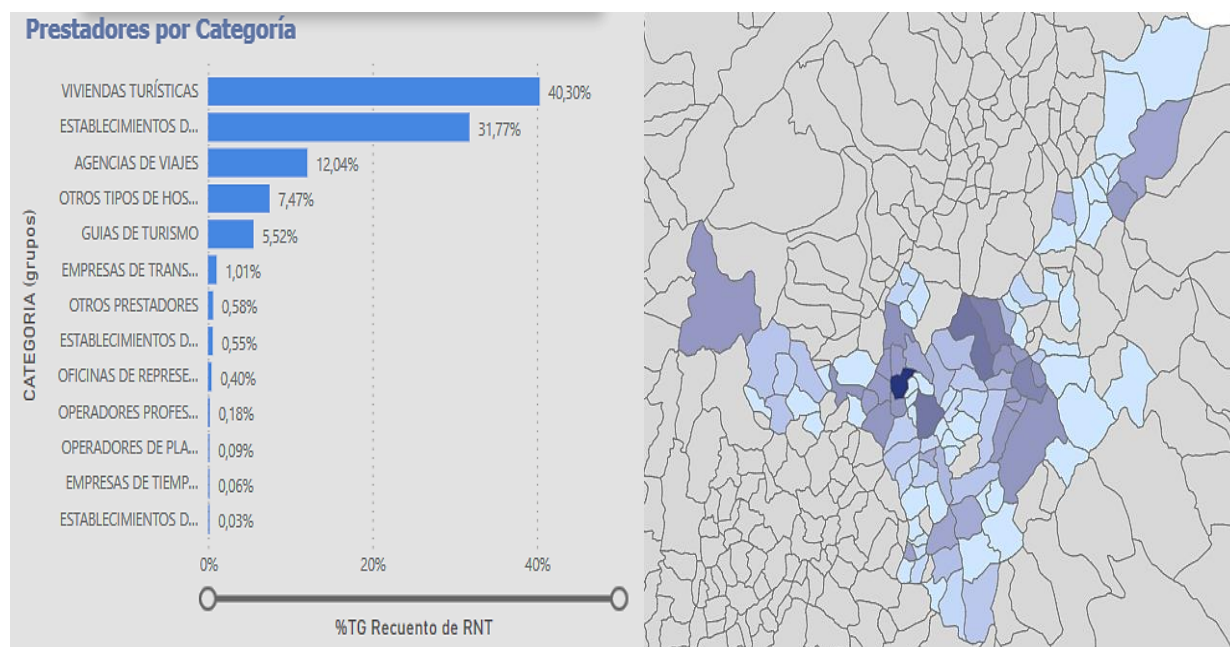
Fuente: (MINCIT).

### 2.1.3 Competitividad turística en el departamento de Boyacá

Boyacá engloba una riqueza turística a lo largo de su territorio, basado en la cultura y el patrimonio en lugares como Duitama, Paipa, Alto y Bajo Ricaurte, Belén, Cerinza, Socha, Socotá, El Cocuy, Panqueba, Monquirá, Guacamayas, El Espino, Güicán y Villa de Leyva. Lo que ha permitido una apertura turística muy amplia y un destino muy visitado por los colombianos y extranjeros. Dentro de ellos encontramos según el SITUR la zona minera de Quípama, La Virgen del Coro de Zetaquirá, Vía Férrea de Paz del Río, Velódromo de Duitama, Iglesia Señora de la Nativa Jericó, Sendero Ritak U'Was en Guicán, Pulpito del diablo, Nevado del Cocuy, Río Magdalena Puerto Boyacá, Puente de Boyacá Tunja, Pueblito Boyacense Duitama, Playa Blanca Tota, y muchos otros más. [9]

Actualmente el Departamento desarrolla frente al componente turístico, factores asociados con la competitividad que permitan la reactivación económica de este sector derivadas del COVID-19, éstas relacionadas con 3 componentes indispensables, la calidad, la innovación y el valor agregado, generando así estrategias para alcanzar en el campo del turismo un nivel más competitivo y sustentable. Para el presente año (2023), el MINCIT en base al “Registro Nacional de Turismo RNT- Total Nacional”, se tiene un número de prestadores activos en el área del turismo de 3.280 en el departamento de Boyacá, dividido en 12 prestaciones por categorías como se observa en el siguiente gráfico de barras y su mapa (Ver figura 2) correspondientes al departamento, sectorizado por colores identificando el más oscuro con el mayor aporte hasta el más claro con el menor aporte. [10]

Figura 2. Prestadores de servicios turísticos y su mapa de división política



Fuente: Registro Nacional de Turismo. Viceministerio de Turismo

Este departamento buscará el posicionamiento bajo el lema Boyacá es para vivirla, teniendo en cuenta cinco factores. En primer lugar, el apoyo institucional a través de mesas técnicas ,consejos, juntas, comités, y participación privada, en segundo lugar, la gestión del destino la cual apuesta a brindar una excelente ayuda técnica en el planteamiento y creación de planes que desarrollen el turismo, teniendo en cuenta mapas de actores, recursos y atractivos, en tercer lugar, la mejor información y conectividad donde se ampliará el uso de herramientas tecnológicas modernas e innovadores que fortalezcan la infraestructura turística, en cuarto lugar se tiene Innovación y Desarrollo promoviendo programas de turismo que ayuden a aumentar la importancia en los servicios, en quinto y último lugar la formación del talento humano y el progreso de planes

de formación para desarrollar las capacidades y habilidades que deberían tener quienes ofrecen estos servicios en el departamento [11] enfocado en la área turística.

Por otro lado, la Gobernación de Boyacá ha trazado de manera articulada con FONTUR para el presente año (2023), el producto turístico relacionado con turismo científico y especializado en Ricaurte, Ruta Libertadora, y tren turístico de Sugamuxi y Valderrama, el cual tendrá gran impacto para el departamento e igualmente para el Clúster de Sugamuxi el cual comprende una cofinanciación desde Belencito hasta Paz del Río. [12]

## 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La problemática central presentada es el grado de competitividad frente a los indicadores competitivos que enfrentan las distintas empresas adscritas al clúster de Sugamuxi, éstas en comparación a otras industrias regionales, las cuales pueden presentar un mayor cumplimiento en distintos estándares nacionales e internacionales, declarados para el departamento de Boyacá; como lo son el “Índices de Desarrollo de Viajes y Turismo”, que evalúan factores y políticas para el desarrollo sostenible en el sector de viajes y turismo (T&T) y el “Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia” (ICTRC). Para esto es de gran importancia la cobertura que busca la competitividad, lo cual incluye, obtener una mayor sostenibilidad en el crecimiento de las industrias, logrando un impacto económico y social.

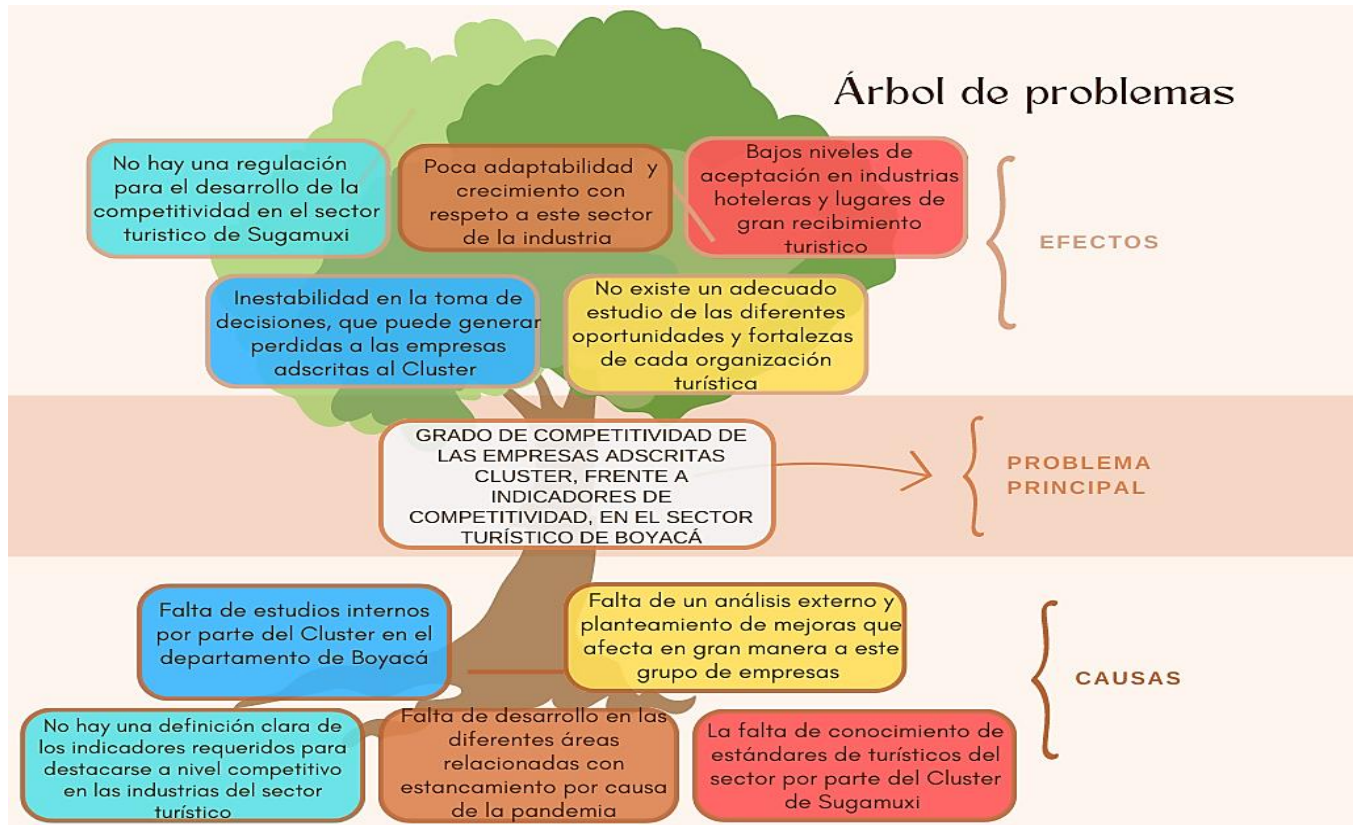
Algunos factores en donde las empresas del clúster de Sugamuxi puedan verse afectadas en comparación con otras empresas del departamento de Boyacá son:

1. Acceso a recursos: Las empresas del clúster de Sugamuxi no tienen acceso a recursos con los que cuentan otras empresas de la región, como fondos de inversión, capacitación especializada, conocimientos técnicos y de mercado, redes de contactos empresariales, entre otros.
2. Cambios en la demanda del mercado: La baja demanda de los productos del clúster de Sugamuxi, puede afectar negativamente a las empresas productoras. Por ejemplo, si los consumidores prefieren comprar productos importados en lugar de los productos locales, esto puede presentar un desafío para la competitividad de estas.
3. Innovación: Las empresas del clúster de Sugamuxi pueden estar expuestas a una cultura empresarial poco innovadora y con baja colaboración, lo que puede generar bajo desarrollo y adaptabilidad al mercado.

Entorno a lo anterior se puede destacar que las empresas del clúster de Sugamuxi se enfrentan a desafíos y limitaciones en comparación a otras empresas del departamento de Boyacá, en consecuencia a distintos factores como el acceso limitado a recursos y

servicios, generando la poca alteración económica, la falta de innovación, las limitaciones de tamaño y escala empresarial y la falta de colaboración y redes de contacto, esto permitirá explorar el actual progreso y planteamiento de mejoras para el Clúster de Sugamuxi en el sector turístico.

Figura 3. Árbol de Problemas



Fuente. Elaboración Propia

### 2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Según lo dicho y analizado anteriormente, es necesario efectuar respuesta al siguiente interrogante:

¿Cuál es el grado de cumplimiento de los estándares e índices de competitividad empresarial de las empresas involucradas en el clúster de Sugamuxi, frente al sector turístico en el departamento de Boyacá?

### 3. JUSTIFICACIÓN

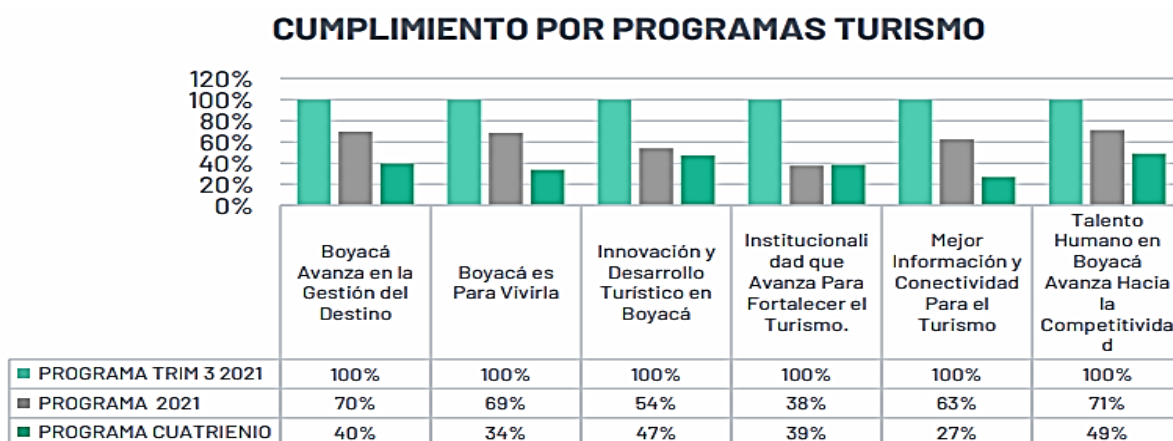
Este proyecto pretende tener unos alcances teóricos basados en estudios de la problemática planteada para el diagnóstico de una población por otra parte, se reflejarán prácticas que permitirán contribuir a la solución de la problemática concreta que afecta a las organizaciones empresariales adscritas al clúster de Sugamuxi.

Las empresas que busquen aumentar la competitividad en el sector del turismo, en este caso, todas aquellas que hagan parte del Clúster de Sugamuxi, deben tener claro las diferentes amenazas, factores y variables que deben mejorar. Cuando se hace referencia a este sector de gran importancia económica y más en un departamento como lo es Boyacá, epicentro de cultura, se deben involucrar todos aquellos componentes que hacen parte de la innovación y el constante desarrollo, pero esta es la principal causa en la que inciden las diferentes organizaciones inscritas en el clúster.

La consecuencia a la falta de desarrollo y aceptación en todos aquellos ámbitos innovadores de la industria es el resultado de no tener en cuenta los diferentes pilares que contiene la competitividad, dentro de estos, encontramos el entorno habilitante donde es necesario la implementación de nueva infraestructura turística, incluyendo carreteras, aeropuertos, hoteles, restaurantes, servicios de transporte y otros servicios turísticos. Haciendo que la región sea más atractiva para los turistas, mejorando la calidad en la experiencia vivida. También requiere actualización en todo lo que compete del sistema de la salud, adaptación de las TICS, buscando la estabilidad macroeconómica, explotando la diversidad, como su patrimonio cultural, sus paisajes naturales, sus fiestas, festivales y su gastronomía, mientras que en el entorno de los mercados se explora el tamaño del nicho mercado, el mercado laboral y el mercado de bienes es en lo que inicialmente infiere la competitividad [13].

Para las presentes políticas de gobierno en Boyacá se enmarca un plan de desarrollo para incentivar todas estas mejoras nombrado “Pacto social por Boyacá: Tierra que sigue avanzando 2020-2023” en los cuales se tienen en cuenta avances en el componente turístico estudiados en el 2021, como se observa a continuación:

Figura 4. Diagrama de barras del nivel de cumplimiento en programas de turismo



Fuente: Gobernación de Boyacá

Según la gráfica se evidencia que en el componente del turismo, basados en el tercer trimestre del año 2021, en un rango de desempeño, se tuvo un estado óptimo del 100%, representando un avance a lo que respecta en el comportamiento de los programas como lo muestra la gráfica, así: “Boyacá avanza en la gestión del destino” (Percentil 1), “Boyacá es para vivirla” (Percentil 2), “Innovación y desarrollo turístico” (Percentil 3), “institucionalidad que avanza para fortalecer el turismo” (Percentil 4), “Mejor información y conectividad para el turismo” (Percentil 5), “Talento humano en Boyacá avanza hacia la competitividad” (Percentil 6). Por otra parte haciendo énfasis en el tema de estudio (Avance en el componente del Turismo), con vigencia del año 2021, el rango que muestra el desempeño es de un 61%, pero representando un avance en lo que respecta en los distintos comportamientos de los programas como se describe en la gráfica, se observa que el desarrollo es notorio pero no óptimo demostrado así: (Percentil 1) 70%, (Percentil 2) 69%, (Percentil 3) 54%, (Percentil 4) 38%, (Percentil 5) 63%, (Percentil 6) 71%, pero por último y no menos importante el avance del componente turístico en el cuatrienio es de un rango medio del 39%, y en lo que va respecto al diferente comportamiento de los programas, como se muestra en la gráfica, es de: (Percentil 1) 40%, (Percentil 2) 34%, (Percentil 3) 47%, (Percentil 4) 39%, (Percentil 5) 27%, (Percentil 6) 49%. [11]

En este punto a analizar se resalta que Colombia mediante su “Plan Sectorial de Turismo (2022- 2026)” nombrado como “Turismo en Armonía con la Vida” buscará implementar y crear no solo estrategias donde la población de su país se vea beneficiada, sino que, a un nivel mundial, que esta sea reconocida. Cuando se habla de fortalecer y más en algo que motivara al país, se hace referencia a desarrollar nuevas y diferentes estrategias, para esto se requiere de identificar y restaurar de manera efectiva todas aquellas debilidades como lo son, los bajos niveles de tecnología, la baja capacitación del sector humano y la baja condición de efectividad en los diferentes métodos productivos. [14]

## 4. OBJETIVO

### 4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la competitividad empresarial teniendo en cuenta distintos indicadores y pilares que integran al Clúster de Sugamuxi en el sector del turismo en el departamento de Boyacá.

### 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los antecedentes de la competitividad del sector turístico para el contexto actual del clúster de Sugamuxi y qué factores afectan a este grupo de empresas.
2. Evaluar los estándares e indicadores del desarrollo y la competitividad de la región estudiada.
3. Comparar el grado de competitividad del clúster Sugamuxi frente a los indicadores del sector turístico del departamento de Boyacá.

## 5.MARCO REFERENCIAL

### 5.1 MARCO CONCEPTUAL

El **Turismo** hace referencia al conjunto que dispone de medios socio tecnológicos y de prácticas que a través de una administración ideológica se refleja un componente entre lo propuesto y lo realista, facilitando a que los diferentes individuos de algunos grupos sociales pasen su tiempo de ocio, alejados de la rutina cotidiana, enfocándose en otros aspectos sociales y ambientales que generan un sentimiento de comodidad y alegría en una persona [15].

Por otra parte, la **Competitividad** es una condición que se basa en el talento que tienen las distintas empresas, demostrando la rentabilidad en sus actividades principales dentro de los mercados competitivos. Hace relación de forma directa con: Métodos de producción eficientes, calidad en los productos y la mejora en los tiempos de innovación desde la gerencia empresarial y tecnológica con la productividad empresarial [16].

Dentro de este estado existen tres niveles de competitividad que definen en donde se encuentran las empresas, estos son:

- Hacedora o emprendedora
- Industrial u organizacional
- Gubernamental o nacional

Una **Empresa Competitiva**, es capaz de producir servicios superiores en base a los costos de sus principales competidores, un sinónimo es que hace referencia al desempeño de la rentabilidad en la organización en un estado de largo plazo, comprendida por la capacidad de retribuir a los empleados, obteniendo un mayor crecimiento de la empresa para los dueños. [16]

A su vez la **Competitividad para las empresas**, abarca las diferentes capacidades de competir con estrategias mundiales en la variedad de mercados, se sustenta en los valores de diferenciación de capacidad empresarial. [16]

Se hace referencia a la **Ventaja competitiva**, a alguna cualidad donde la empresa cumpla un aislamiento de la competencia directa en su sector, esto indica a la empresa que cuenta con un tipo de ventaja, generando ganancias, dentro de un contexto moderno, enmarcado en una alta competencia, obteniendo grados de prestigio, marca, precio, calidad, que promueve la competencia con sus principales competidores en el ámbito de la diferenciación, llevando a la empresa a un posicionamiento en el mercado,

garantizando la vigencia económica, el desarrollo de innovación y el estado de inversión e investigación en los nuevos productos, acoplando dinámicas que generan un estado de evolución en las organizaciones. [16]

**Estrategia competitiva** comprende las determinaciones que se ejecutan a largo plazo, estas permiten el desarrollo de las ventajas competitivas, se sostiene de costos y valores de diferenciación y especialización [16].

El **Clúster** es un término que se usa para hacer énfasis a la agrupación geográfica de las diferentes organizaciones, suministradoras de servicios, instituciones de apoyo, proveedores especializados, un claro ejemplo de estas son universidades, gremios y hoteles, lo que tienen en común es el que se desempeñan en actividades similares o de alto relacionamiento [17].

De esta red hace parte el **Clúster de Sugamuxi**, el cual se encarga de regular la participación activa de las diferentes empresas en el área de la productividad en todo el departamento de Boyacá, conformados por trece municipios de la región: Sogamoso, Aquitania, Pesca, Cuítiva, Firavitoba, Gámeza, Monguí, Mongua, Nobsa, Tibasosa, Tópaga, Iza y Tota, dentro de los descritos anteriormente en diez municipios, el principal objetivo del Clúster es tener al menos la presencia de una empresa, este se constituyó en el año 2018 y es desarrollada por la cámara de comercio de Sogamoso, tiene una presente intervención por parte de la Secretaría de Turismo de Boyacá, ya que es la encargada de crear diferentes gestores de destinos turísticos programando y ejerciendo a corto, mediano y largo plazo dándole perseverancia a los emprendimientos descritos. La visión del clúster de Sugamuxi es que para el año 2030, es ser un destino turístico nacional, haciendo la integración de experiencias tradicionales enfocando las raíces de la cultura boyacense [17].

## 5.2 MARCO TEÓRICO

Diversos especialistas y autores han desarrollado importantes proyectos enfocados en el aumento de la competitividad empresarial turística en el departamento de Boyacá, a través de distintas propuestas, mejoras y herramientas.

### 5.2.1 Mejoras en los factores de la competitividad Turística

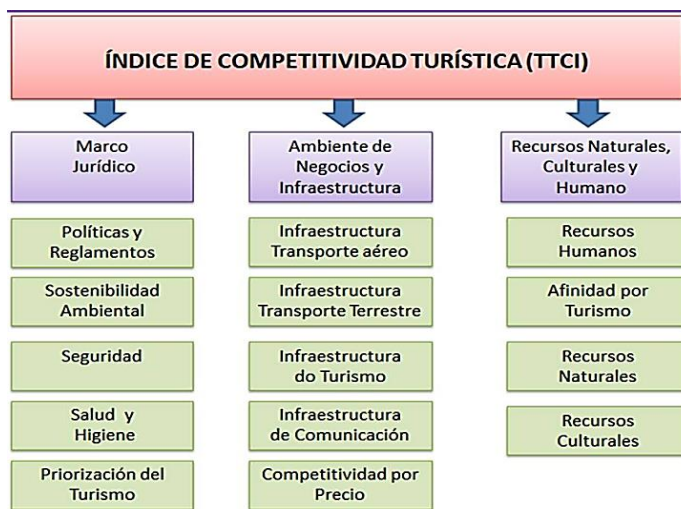
La Cámara de Comercio de Sogamoso durante el año 2018 elaboró el informe de gestión anual en la cual se identificó para el área de división, promoción y desarrollo en el turismo regional competitivo. En este se presentó la fase inicial para la conformación del clúster de turismo de Sugamuxi, en la que se articularon 35 empresas realizando aportes en recursos y experiencia para la región [18]. En el mismo año, Ana Milena Serrano Amado, Luz Alexandra Montoya Restrepo y Iliá Cazerres, realizaron un estudio dentro del sector turístico en el cual se evidenció el crecimiento significativo de este para la economía mundial. Por esto la mejora de los servicios turísticos de este medio es muy importante para el aumento de la competitividad teniendo en cuenta componentes como la sostenibilidad, la calidad, las estrategias de marketing, los servicios hoteleros y turísticos en general [19]. Acorde a esto también Mafalda Gómez Vega sintetiza en su proyecto doctoral los modelos de evaluación de la eficiencia y la competitividad turística teniendo en cuenta perspectivas y planteamientos de diferentes metodologías que evalúan la eficiencia de los destinos turísticos. dentro de estas se describen tres:

- 1.Métodos de frontera: Análisis Envolvente de Datos
- 2.Modelos de eficiencia condicionada en dos etapas
- 3.Construcción de indicadores sintéticos de competitividad turística [20]

Desde otro aspecto como lo es el legal se identificó la baja implementación de las normas turística en las MiPymes, lo que ha sido un gran motivo de afectación en Colombia, por lo que para el 2019 Ana Milena Serrano, Nidia Paola Amado, Miryam Rodríguez realizaron este estudio enfocado a la provincia de Sogamoso en la cual se refleja el incumplimiento de la (NTS-TS 002/2014), lo que ha provocado desventajas competitivas y el desconocimiento de las empresas sobre el aprovechamiento socioeconómico y el crecimiento que implica la implementación de esta certificación [21].

La capacidad de innovación es otro de los aspectos que afecta la competitividad turística, por lo que los autores Thays Cristina Domareski Ruiz y Adriana Fumi Chim Miki dieron uso a monitores de medición de control como lo son TTCI “(Travel & Tourism Competitiveness Index) de WEF, (World Economic Forum) y el Monitor de competitividad general, el GCI (Global Competitiveness Index) de WEF”.Para este caso se mencionara el TTCI siendo un índice de 14 pilares (Ver figura 5), dimensionado a través de 79 indicadores económicos divididos en 3 subíndices [22].

Figura 5. Estructura del Índice de Competitividad Turística



Elaboración: WEF

Estos permitirán valorar y evaluar cualitativa y cuantitativamente los grados de competitividad de este sector. Dentro de los elementos cualitativos que pueden asegurar una mayor ventaja competitiva, Guerrero Diana afirma con base a un estudio en la ciudad de Cali, Colombia durante el año 2020, que la cultura organizacional se encuentra alineada de forma significativa con la competitividad y esta es fortalecida, debido a que allí surge la orientación filosófica y los estándares de calidad que generan un mayor cumplimiento de elementos como la visión, la misión, los valores y las políticas de una organización [23].

### 5.2.2 Fortalezas del Sector Turístico en Boyacá

Una característica de gran peso que para este caso ha destacado el turismo en Colombia, es la riqueza natural admirada por los turistas, por lo que la provincia de Sugamuxi es un destino turístico que cuenta con este plus, por lo cual para el 2020 Ricardo Ocampo decide hacer su tesis de maestría en la EAN, creando un plan de negocio enfocado en el ecoturismo de esta región, dentro de la cual resalto todos los puntos a lo largo de esta provincia que son potencialmente una fuente turística importante y la competitividad que estos generan para su proyecto. Dentro de estos encontramos: El sendero de la Zarza, el sendero la Laguna Negra, el páramo de Oceta, el páramo de Siscunsi y las empresas situadas en estos destinos [24]. Otro aspecto muy importante a nivel turístico es la recreación y el esparcimiento social por lo que Márquez Viviana decidió hacer un estudio dentro de la ciudad de Sogamoso, Boyacá para su proyecto de creación de centros de recreación llamados “VIDA”, lo cual requirió un análisis económico en el cual determinó según la MINCIT que para los años 2020- 2019 el turismo tuvo una participación de un 3,1% en aporte económico, por lo que fue de gran aporte la creación del clúster de Sugamuxi para mejorar la competitividad turística, satisfaciendo las necesidades de este sector, está liderada bajo el concepto de “Colaborar para competir”, con el objetivo de integrar una entidad gestora de turismo [25].

Una aproximación desde el departamento de Boyacá, Colombia, permitió desarrollar en el año 2021, en el mes de junio, a Ana Milena Serrano Amado, Luz A. Montoya Restrepo y Nidia Paola Amado Cely, una investigación titulada La competitividad turística. Se tuvo

como objetivo la revisión de diferentes patrones centrados en la competitividad turística en la provincia de Sugamuxi usando una metodología, basada en el análisis documental, destacando los estudios y patrones más relevantes para la promulgación, aplicando el modelo Crouch y Ritchie de 1999, identificando como resultado las fortalezas del turismo en forma natural y demostrando debilidades como la poca asociación de actores que intervengan en el turismo, pero que a su vez se propusieron retos como el cambio y mejora de la infraestructura y de los lazos del mercado [13].

La competitividad Turística en Colombia ha sido un componente de análisis durante los últimos años debido al crecimiento que ha tenido este sector, dentro de los índices que se han planteado se conoce el “Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) desarrollado por el Centro de Pensamiento Turístico (CPTUR), aplicada para la Gestión Cultural en 22 territorios de Colombia” como lo evaluaron Daniel Corzo, Sebastián García y Juan Gutiérrez, enfocando en dos conjuntos, los factores existentes y las estrategias planteadas a futuro, estos para los recursos culturales y naturales de cada región [26]. Para esto también es necesario definir un modelo de competitividad Turística teniendo en cuenta la accesibilidad, aspectos amplificadores y reductores que afecten al turismo, los destinos y las condiciones de cada uno de estos y las implicaciones ambientales. Dentro de los aspectos anteriormente mencionados son evaluados por medio de diferentes escalas de medición a nivel de destinos turísticos en Colombia por lo que Edwin Dionisio Contreras Castañeda da uso para la revisión de la calidad de destinos con la Escala Servqual, la Escala Servperf, escalas de medición propias de otros artículos enfocados en la Colombia y Boyacá, lo que le permiten concluir que Colombia se ha venido posicionando como el país con mayor dinamismo turístico en América Latina, evidenciado por la ola de turistas en el país, por lo cual el gobierno ha decidido apostar con estrategias de desarrollo rentable y sostenible para este sector, pero todos estos destinos no se han enfocado en un 100% debido a que no se cumplen las reglas técnicas sectoriales y las certificaciones en la calidad turística [27].

### 5.2.3 Metodologías de evaluación turística

La competitividad turística ha tenido amplios estudios en a través de instrumentos de medición por lo cual Jahir Lombana Coy de Colombia y Lorena Palacios Chacón de México. Analizaron la competitividad turística en diferentes destinos en 19 países de Latinoamérica ante el modelo de gravedad el cual ha sido muy escaso en los estudios, este es aplicado con base en la (Ecuación 1) teniendo en cuenta variables macroeconómicas, infraestructura e industria.

$$\ln(\text{Tour}_{ijt}) = \alpha + \beta_1 \ln(\text{PIB}_{it}) + \beta_2 \ln(\text{PIB}_{jt}) + \beta_3 \ln(\text{PIB}_{jt}) + \beta_4 \ln(\text{PPP}_{ijt}) + \beta_5 \ln(\text{usointernet}_{jt}) + \beta_6 \ln(\text{transpair}_{jt}) + \beta_7 \ln(\text{quaroads}_{jt}) + \beta_8 \ln(\text{Acuerdo}_{ijt}) + \beta_9 \ln(\text{IED}_{ijt}) + \beta_{10} \ln(\text{Patlnm}_{jt}) + \beta_{11} \ln(\text{PatMund}_{jt}) + \mu_{ijt} \quad (1)$$

hace referencia a:

- $(\text{Tour}_{ijt})$  concierne a la cantidad de turistas de cada país.
- $i$  País de origen

- $j$  País de destino
- $t$  año [28]

Como aporte a propuestas de incentivo turístico en la gerencia de proyectos los Ings. Henry Aguilera, Acosta Laura Bohórquez Gómez, Lorena Hernández Contreras describen que Colombia es uno de los países que cuenta con una alta variedad turística, pero en muchos otros ámbitos se ha visto un incorrecto desarrollo de criterios de sostenibilidad, así mismo se definió que es turismo sostenible como la conservación de la igualdad entre intereses socioeconómicos y ecológicos conservando la autenticidad sociocultural a largo plazo [29].

Dentro de estas propuestas para incentivar el turismo en Colombia en el año 2022 en el mes de noviembre Héctor Daniel Acero Forero se encargó de investigar y crear un Portafolio de servicios turísticos para el Clúster Sugamuxi Boyacá, su principal objetivo fue impulsar el turismo y todas aquellas empresas asociadas al sector, inicialmente se enfocó en actualizar el inventario de empresas, generando como solución en diferentes aspectos una ruta que expusiera su cultura, trayendo como resultado, el desarrollo de un portafolio que atrajera todo tipo de turistas [30]. Por otro lado, se desarrolló por los autores Pablo Enrique Bobadilla Segura, Alba Yohana Moreno Martin, Kimberly Johanna Sarmiento Marroquín, la caracterización de la provincia de Sugamuxi enfocadas al turismo ecológico, cultural y gastronómico esta provincia está constituida por los municipios de; Tópaga, Aquitania, Tota, Cuítiva, Iza, Firavitoba, Mongua, Nobsa, Tibasosa, Pesca, Gámeza. Sogamoso y Monguí. Observando la División Política de la Provincia de Sugamuxi a continuación [31].

Figura 6. División Política Provincia de Sugamuxi



Fuente: Family Search

### 5.3 MARCO NORMATIVO

Las normas técnicas sectoriales que rigen el turismo sostenible en Colombia incluyen:

**“La ley 300 de 1996 - Ley general del Turismo”**, la cual ha presentado dos modificaciones, las leyes 1101 de 2006 y 1558 de 2012, Su objetivo es fomentar, desarrollar, impulsar y controlar la actividad turística en el país, protegiendo los recursos y atractivos turísticos nacionales y promoviendo el desarrollo sostenible. Esta establece mecanismos de participación y concertación entre los sectores público y privado.

[32].

**“CONPES 3397 - Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia Departamento Nacional de Planeación”**. Es una política sectorial del turismo integral, evaluado por el “Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES” [33].

**“NTS-TS 001-1- (Norma Técnica Sectorial Colombiana)”**. Esta norma “establece los requisitos de gestión, relacionados con la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica en el turismo” [34].

**“NTS-TS 003 - Agencia de viajes y requisitos de sostenibilidad”**. Esta norma “establece requisitos de gestión, relacionados con la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, son aplicables a los siguientes tipos de agencias de viajes: viajes y turismo, mayoristas y operadoras” [35].

**“Resolución 0280 del 12 de febrero del 2018 - Reglamenta el uso de la marca de certificación de calidad turística”**. Tiene como objetivo fomentar el mejoramiento de la calidad turística teniendo en cuenta aspectos como la seguridad, la calidad, la confianza, productividad, competitividad y la innovación [36].

## 6.MARCO METODOLÓGICO

### 6.1 TIPO DE ESTUDIO

Se emplea para la presente investigación un estudio mixto que tiene como objetivo analizar la competitividad empresarial del Clúster de Sugamuxi frente al sector del turismo en el departamento de Boyacá, para la investigación se tuvieron presentes variables e indicadores que reflejan la competitividad empresarial, teniendo en cuenta marcos de competitividad que acogiera el sector analizado.

En base al alcance definido, la investigación se determina en dos tipos de estudios, descriptivo y correlacional, en primera instancia, gracias a que se permitiría comparar las características y el desempeño del clúster de Sugamuxi con el sector turístico de Boyacá, identificando actividades puntuales de cada una, haciendo énfasis en la delimitación de todas las variables e indicadores que rigen si la empresa es o no es competitiva, en segunda instancia, se basa en todos aquellos análisis estadísticos de los datos hallados en el alcance descriptivo, creando relación entre los estudios hechos y el estudio analizado en el marco de la competitividad turística en el Clúster de Sugamuxi.

### 6.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tendrá un diseño experimental ya que cuenta con variables e índices de los estudios analizados, van a intervenir en la recopilación del fenómeno hallado el cual pretende dar respuesta al análisis la competitividad empresarial del Clúster de Sugamuxi frente al sector del turismo en el departamento de Boyacá, por otra parte, también se llega a definir como un tipo de investigación transversal gracias a que los estudios de aquellos componentes analizados, hacen parte de un periodo de tiempo, en este caso, la revisión se hace en base de datos actuales de hace máximo 2 años.

### 6.3 POBLACIÓN

Para el análisis de todos aquellos componentes que rigen la competitividad empresarial del Clúster de Sugamuxi frente al sector del turismo en el departamento de Boyacá, no solo se deben estudiar indicadores competitivos sino también desempeños financieros en las empresas, capacidades para adaptarse a la variabilidad del entorno y las demandas de los consumidores. Por lo tanto, el comparativo podría incluir también el análisis de factores como la calidad de los productos y servicios, la capacidad de estudio de innovación y sostenibilidad en cada una de las empresas.

para hacer validación de la información descrita anteriormente es necesario realizar por medio de una encuesta dirigida a algunas de las empresas pertenecientes al clúster,

teniendo en cuenta que esta misma encuesta puede ser aplicada para el resto de empresas del sector turístico de Boyacá, las cuales incluyen actividades económicas enmarcadas en establecimientos de alojamiento y hospedaje, agencias de viajes, , restaurantes, operadores turísticos, transporte terrestre, transporte fluvial, guías turísticos, centros culturales, talleres artesanales, agencias de seguros y cafés.

## 6.4 MUESTRA

Para el presente análisis correlacional se determinarán dos tipos de muestras, una probabilística aplicada a todas aquellas empresas teniendo en cuenta una población finita, que serán una muestra representativa del sector turístico de Boyacá, lo cual permitirá estudiar a esta gran población y por otro lado uno no probabilístico para la otra muestra que incluirá a todas aquellas empresas que se encuentren en el criterio establecido de pertenecer al clúster de Sugamuxi

### 6.4.1 Muestra No probabilística

Incluirá a las 30 empresas dedicadas al sector turístico que hacen parte del clúster de Sugamuxi en el año presente (2023)

### 6.4.2 Muestra Probabilística

Para determinar el tamaño de la muestra, se considera una confiabilidad del 95%, un margen de error del 5% y una población total de 3.280 de empresas articuladas para el sector turístico de Boyacá. Esta se determinará con base a la (Ecuación 2):

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} \quad (2)$$

N = es el tamaño de la población que equivale a 3.280 empresas de turismo.

Z = es el parámetro estadístico que depende del nivel de confianza, que para el nivel de confianza es del 95%.

e = Error de estimación máximo aceptado del 5%

p = Es la probabilidad de que el evento ocurra con éxito en este caso se tomará el 50%

q = es la probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (1 - p), con base a esta fórmula equivale el 50%

Evaluando lo anterior se tendrá un tamaño de muestra de 87,859  $\approx$  88 a las cuales se les realizará la aplicación de la encuesta diagnóstica.

## 6.5 VARIABLES DE MEDICIÓN

Tabla 1. Clasificación de Variables

TIPO	VARIABLES CATEGORICAS	
Naturaleza	CUALITATIVAS	
Escalas	NOMINAL	ORDINAL
Definición	Ubicación de la empresa	Tamaño de la empresa
Valor Final	Municipios que estén enmarcados dentro de los (123)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Microempresa (&lt;10)</li> <li>• Pequeña (11-50)</li> <li>• Mediana (51-200)</li> </ul>
<b>ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA REGIONAL COLOMBIA</b>		
Ambiental (AMB 18)		Tienen una cultura de protección ambiental
Valor Final		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta</li> <li>• Baja</li> <li>• Media</li> </ul>
Ambiental (AMB 8)		Cuenta con áreas naturales cercanas
Valor Final		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanas</li> <li>• Lejanas</li> <li>• Dentro de las mismas</li> </ul>
Cultural (CUL 8- 9- 12- 16)	Ofrecen atractivos turísticos culturales	
Valor Final	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos turísticos culturales.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• productos turísticos gastronómicos.</li> <li>• Atractivos culturales declarados patrimonio de la humanidad</li> </ul> </li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Patrimonio cultural.</li> <li>● Festividades y eventos tradicionales</li> </ul>	
<b>Empresarial (EMP 3)</b>	Convenios de cooperación	
<b>Valor Final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Público</li> <li>● Privado</li> </ul>	
<b>Empresarial (EMP 5)</b>	Es prestador de servicios turísticos certificados en calidad turística.	
<b>Valor Final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Si</li> <li>● No</li> </ul>	
<b>Estrategia de Mercado (EST 5-6-10-14)</b>	Promoción y participación de actividades en el mercado	
<b>Valor Final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Guías Turísticas</li> <li>● Medios Audiovisuales</li> <li>● Ferias Nacionales</li> <li>● Paquetes Turísticos</li> </ul>	
<b>Gestión del destino (GES 32)</b>	Cuenta con seguros turísticos	
<b>Valor Final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Si</li> <li>● No</li> </ul>	
<b>Infraestructura (INF 1 - 3 - 4 - 8 - 10 - 11 - 12 - 13 - 14 - 15 - 16 - 25)</b>	Dentro de los criterios de infraestructura con cuales cuentan	
<b>Valor Final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Servicio de Internet <ul style="list-style-type: none"> <li>● Red Móvil</li> </ul> </li> <li>● Servicio de energía</li> <li>● Cajeros electrónicos</li> <li>● Servicio de datafono</li> <li>● Servicio de acueducto <ul style="list-style-type: none"> <li>● Servicio de aseo</li> </ul> </li> <li>● Servicio de alcantarillado</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminales aéreos</li> <li>• Terminales terrestres</li> <li>• Accesibilidad a discapacitados</li> </ul>	
--	--	--

TIPO	VARIABLES CUANTITATIVAS	
Naturaleza	NUMÉRICAS	
Escala	INTERVALO	RAZÓN
Económico (ECO 2)	Ocupación hotelera en el último año	
Valor Final	% Porcentaje (1%-100%)	
Económico (ECO 3)		Ingreso de extranjeros
Valor Final		Número de ingresos
Social (SOC 26)		Participación del turismo en el empleo.
Valor Final		Números de empleos generados

Fuente: Elaboración Propia

## 6.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

Para la recolección de la investigación realizada referente analizar la competitividad empresarial del Clúster de Sugamuxi frente al sector turístico en el departamento de Boyacá, se usaron diferentes instrumentos de recolección de información entre los cuales están, la recopilación de documentos de archivo y fuentes gubernamentales del departamento de Boyacá, allí también se incluyeron estudios por parte del repositorio de la universidad haciendo uso de base de datos como Scopus, Science direct, Web of Science y Google Académico, teniendo en cuenta que todos aquellos documentos analizados se hicieron por medio de una revisión bibliográfica detallada.

Como segundo instrumento para continuar con el análisis empresarial requerido y la respectiva comparación de las dos muestras, se realizará y se distribuirá una encuesta con escala Likert que permitan definir aspectos que son desconocidos para la investigación y en qué áreas son más competitivas las empresas con base al “Índice de Competitividad turística regional de Colombia”, esta tendrá un aproximado de 15 preguntas relacionadas con las variables (Económica, Ambiental, Cultural, Social,

Estrategia de Mercado, Gestión del destino, Empresarial e infraestructura) en la cuales el lector no tomará más de 10 minutos para completar.

## 6.7 DISEÑO METODOLÓGICO

Tabla 2 Diseño Metodológico

Objetivos Específicos	Variables de Análisis	Técnica de recolección de Información	Fuente de Información	Técnicas de análisis de Información
Comprender los antecedentes de la competitividad del sector turístico para el contexto actual del clúster de Sugamuxi y qué factores afectan a este grupo de empresas.	Desarrollo Turístico Vinculación empresarial Diversidad Ambiental Gestión de destinos infraestructura	Se realizaron estudios desde lo macro hasta lo micro para el respectivo análisis de la competitividad turística en el Clúster de Sugamuxi frente al departamento de Boyacá, resaltando antecedentes y documentos con máximo 5 años de anterioridad, por medio de una revisión bibliográfica detallada.	Bases de datos como:  Science Direct Scopus Web of Science  Sitios oficiales como la página de la OMT  Google Académico	Análisis PESTEL  Matriz DOFA  Mapas mentales  Diagrama de árbol de problemas
Evaluar los estándares e indicadores del desarrollo y la competitividad de la región estudiada, a través	Tipo de empresa, impacto ambiental, infraestructura empresarial, Promoción y	Se realizará una encuesta para el departamento de Boyacá y otra para las empresas	Personas expertas en la medición de la competitividad  Se tomarán	Escala Likert Análisis estadístico, gráficos y diagramas de flujo.

de un análisis empresarial y el reconocimiento de las principales problemáticas que presenta este clúster.	participación de actividades en el mercado, certificación en calidad turística, ubicación, atractivos turísticos entre otros.	adscritas al Clúster de Sugamuxi, esto con el fin de analizar mediante los índices de competitividad la diferencias, ventajas y desventajas que existe entre estas.	las 30 empresas que se encuentran adscritas al clúster y las 88 empresas que surgieron a partir de la muestra hallada.	
Comparar el grado de competitividad del clúster Sugamuxi frente a los indicadores del sector turístico del departamento de Boyacá	Porcentajes de cumplimiento del departamento de Boyacá frente al clúster de Sugamuxi	Se realizará una gestión de datos y gestión de estos en hojas de cálculo.	Datos finales después de la realización de la encuesta por medio de filtros numéricos	Análisis estadístico Análisis de confiabilidad Histogramas Escala de índice ideal empresarial SPSS
Fuente: Elaboración Propia				

## 6.8 CONSIDERACIONES ÉTICAS

Este proyecto de investigación tendrá en cuenta con base a su objetivo principal establecido, analizar la competitividad empresarial teniendo en cuenta distintos indicadores y pilares que integran al Clúster de Sugamuxi en el sector del turismo en el departamento de Boyacá, en las cual se contemplaran las consideraciones éticas, bioética y aparatos científicos. El presente proyecto no se relaciona con participación o intervención con sujetos humanos o animales, e igualmente, las revistas donde se pretender la publicación de los resultados de esta investigación no requiere avales de comités de ética.

**Primero:** declaración de conflictos potenciales en la investigación y dilemas éticos

Confidencialidad, privacidad y anonimato: El proyecto de investigación requiere acceder a información sensible de los empresarios, por lo que es fundamental garantizar la confidencialidad, privacidad y anonimato de los datos recolectados. Es necesario establecer un protocolo de gestión ética que garantice la protección de la información y el respeto por la privacidad de los participantes en el estudio.

Comunicación y retroalimentación: Es importante establecer mecanismos de comunicación efectiva y retroalimentación con los participantes del proyecto. Se deben informar los resultados parciales de la investigación y cómo la información personal contribuye a la investigación.

Desarrollo metodológico y solución de conflictos: Es importante establecer acciones que promuevan el respeto entre las partes que intervienen en el proyecto y que puedan detectar y manejar los conflictos que puedan surgir durante la investigación. [37]

Datos masivos con privacidad y no contra privacidad: Es necesario velar por el uso correcto de los datos masivos para la toma de decisiones y aspectos políticos y éticos. [38]

Conflicto de intereses: Es necesario hacer una revisión de que los investigadores no presenten un vínculo personal o consanguíneo con los investigadores y que los actores de gobierno no incidan en las decisiones sobre los mismos. [39]

**Segundo:** Confidencialidad, manejo de la información y conflicto de intereses

En términos de gestión ética para la presente investigación, se establecerán y se garantizarán los aspectos relacionados con la confidencialidad y el trato reservado de la información de las dos muestras tenidas en cuenta. Para dar cumplimiento en lo que respecta a este apartado se consolida la elaboración y firma de documentos de confidencialidad y la revisión de posibles conflictos de intereses en las actas de reunión en las fases de postulación y selección de empresas para tomar medidas que garanticen la protección de datos personales. También se debe establecer y demostrar el proceso de selección de los beneficiarios demostrando el muestreo no probabilístico para el Clúster de Sugamuxi y el probabilístico para las otras empresas del departamento de Boyacá.

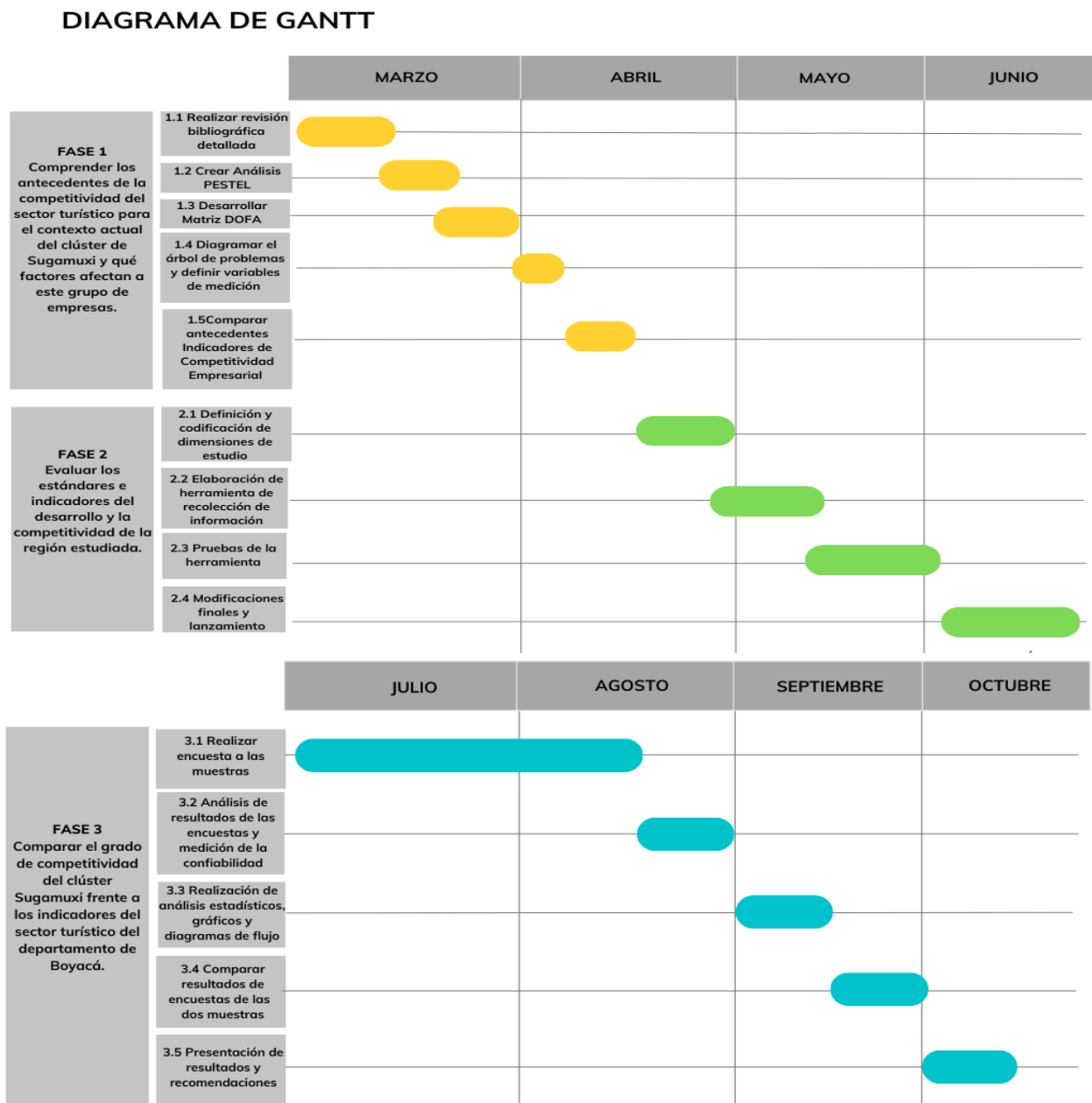
**Tercero:** Plan a seguir en caso de conflictos y diferencias entre integrantes de investigación

Por último, en tales circunstancias de surgir conflictos entre los investigadores, se debe establecer un proceso de resolución de conflictos y en caso de diferencias irreconciliables, se debe solicitar la planificación de la división de los compromisos del trabajo por un período no superior a 30 días, tiempo en el cual la Dirección Nacional de Investigación determinará la sustitución de los investigadores que consideren con el fin de no detener el proyecto de investigación.

## 7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Dentro del cronograma previsto para este proyecto de investigación se expone un Diagrama de Gantt en el cual se tendrán en cuenta tres fases las cuales presentarán un desglose de las tareas a desarrollar dentro del segundo semestre del presente año orientando a los objetivos planteados.

Figura 7. Diagrama de Gantt



Fuente: Elaboración Propia

## 8.PRESUPUESTO

Para este proyecto de estado investigativo se plantea un presupuesto respecto a los posibles gastos que se tomarán en cuenta para la realización del proyecto a través de una revisión sistemática detallada.

Tabla 3 Presupuesto

<u>Descripción</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Total</u>
Transporte	\$ 45.000	6	\$270.000
Asesoría por parte del docente en el proyecto	\$ 190.000	15 sesiones	\$3.040.000
Computadores	\$ 2.300.000	2 unid	\$4.600.000
Servicios Públicos (Luz)	\$ 80.000	3 meses	\$240.000
Servicios Públicos (Internet)	\$130.000	3 meses	\$390.000
Fotocopias	\$ 200	100 unid	\$20.000
Papelería	-	-	\$100.000
Alimentación, 2 almuerzos diarios	\$ 15.000	4 almuerzos	\$60.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.720.000</b>
Fuente: Elaboración Propia			

## 9. PRESENTACION DE RESULTADOS ALCANZADOS

9.1 OBJETIVO 1: *Comprender los antecedentes de la competitividad del sector turístico para el contexto actual del clúster de Sugamuxi y qué factores afectan a este grupo de empresas.*

Para comprender los antecedentes en el sector turístico empresarial, Colombia ha tenido que enfocarse en la relevancia que tiene el turismo involucrando grandes esfuerzos en esta actividad económica, debido a que este es un sector de clase mundial el cual ha llevado a establecer una política nacional de productividad y competitividad con programas que busquen fortalecer este entorno empresarial, involucrando Clúster, rutas de turismo y nuevas tecnologías que con lleven a un crecimiento cultural en diferentes zonas del país; esto ha permitido obtener un constante desarrollo sostenible que se ha institucionalizado por medio de la ley 99 de 1993, estableciendo que con el buen estado de las practicas se obtienen mejoras en el bienestar social, económico y ambiental, evitando afectar los recursos naturales. Adicional, en el entorno turístico la normativa con la que se direcciona las diferentes exigencias determinadas permite lograr el desarrollo esperado y el cumplimiento de planes. [40]

Haciendo paralelos competitivos se logra evidenciar que hay un factor desfavorable para el país, la inseguridad, que conlleva a variables negativas como la mala reputación del país, la caída continua ante el análisis del crecimiento económico y la baja centralización del turismo, índices que se han reflejado en el estudio de diferentes factores, provocando el bloqueo ante un aporte significativo a la competitividad del (PIB) nacional, ante esta caída se ha logrado evidenciar que el estado busco la implementación de sistemas con el fin de hacer una mejora en el crecimiento económico y en los factores competitivos, obteniendo estados de diferencia como lo es la implementación de nuevos destinos turísticos para mejoras en la imagen del país, demostrando un aumento en las visitas de personas extranjeras y la ocupación hotelera. [40]

En la Política se menciona que el sector hotelero es uno de los servicios turísticos con mayor importancia para el país, el CONPES 3397 de Política Sectorial de Turismo (DNP, 2008) fue creado con el ánimo de realizar alianzas y convenios de competitividad turística, contribuir al desarrollo turístico y lo más importante, generar confianza internacional e incrementar el turismo a un nivel alto. Por otra parte, mediante la Ley 1101 de 2006 se aumentaron los recursos que se captan de la promoción nacional e internacional para el incremento de la competitividad turística en Colombia, con la colaboración de entidades gubernamentales que establecen varios tipos de proyectos, se plantea que Colombia urge de políticas públicas de desarrollo para el sector turístico como herramienta fundamental para el crecimiento social y económico del país, con una necesidad de vincular actores como “el sector público, el sector privado y la comunidad, además de la participación de las universidades y centros de investigación” [40]

Por otra parte, se destaca para este estudio los antecedentes que abarcan desafíos de la competitividad para Boyacá en relación con las políticas públicas, es el impacto que estas deben generar en las condiciones básicas de la población, como educación, salud, medio ambiente, la disponibilidad de información actualizada y respaldada sobre los logros de los departamentos y municipios, está siendo esencial para que la comunidad pueda evaluar y proponer proyectos que beneficien la región.

El proyecto de Competitividad Turística en el Departamento de Boyacá en el 2009 establece como objetivo a largo plazo la siguiente visión: "Para el año 2025, Boyacá estará entre los diez destinos ecoturísticos y culturales más importantes, reconocidos en América Latina". En el marco del plan de desarrollo, se observa un avance en la integración de las necesidades de todos los sectores en Boyacá, reflejado en indicadores que cumplen en promedio el 80% de las metas, sin embargo, el indicador de innovación y dinámica empresarial en Boyacá ha sido uno de los más bajos registrados, lo que sugiere que la estrategia de integración entre el sector público y privado no ha sido eficiente. En última instancia, se destaca que las políticas regionales del Departamento se han orientado a mejorar la competitividad. [41]

En la región de Boyacá la contribución al (PIB) por parte del sector turismo fue del 3,2% en 2018, con los subsectores de hoteles y restaurantes como los más predominantes, generando un total de 1.821 empleos directos. La Provincia de Sugamuxi, fue el foco central de la investigación, abarca 13 municipios y cuenta con "71 atractivos turísticos, de los cuales el 77% son de patrimonio cultural material, el 8% de patrimonio cultural inmaterial y el 9% de festividades". La tasa de ocupación en 2017 fue del 38,2%, con un enfoque destacado en el turismo natural, religioso y festivo. [41]

Basando un mapa regional se evidencia la amplitud de destinos y riqueza turística de la región, las cuales han sido catalogadas con alta importancia a nivel nacional.

Figura 8. Mapa Actividades Turísticas Provincia Sugamuxi



- Los viacrucis (Mongua)
- Desfile de toros de candela (Tópaga)
- Conmemoración batalla del puente de los molinos (Gámeza)

### **Gastronomía:**

- Cordero asado
- Breva
- Feijoa
- Carne a la llanera
- Amasijos
- Trucha
- Mogollas
- Almojábanas
- Bebidas Artesanales
- Sopa agria
- Pan totense
- Guarapo
- Cuchuco de trigo
- Mazamorra dulce
- Pan de cebolla
- Cocido Boyacense
- Derivados de la mazorca
- Jutes de papa
- Mute
- Queso de cabeza
- Sancocho
- Masato
- Cuajada
- Arepa Luida
- Papa tocarreña
- Gallina
- Uchuva

[42]

Boyacá debido a su amplia riqueza desde diferentes frentes, siendo atractiva turísticamente, ha logrado una destacada posición nacional en términos de rendimiento, según los resultados del IDC el departamento exhibe un ingreso PER CAPITA superior al promedio tanto en el PIB como en el IDC, a pesar de un contexto de desempeño económico discreto y alta incidencia de la pobreza, es crucial identificar los indicadores que impulsan la competitividad y aún no han alcanzado su potencial.

### 9.1.1 Factores

Dentro de los factores que pueden llevar el favorecimiento o desfavorecimiento del sector turístico del Clúster de Sugamuxi, se puede tomar como referencia distintas mediciones y comparaciones vistas en estudios de clústeres turísticos específicos.

Boyacá es una región conocida por su cultura, historia y paisajes naturales, por lo que la medición de estos factores influyen activamente en la competitividad y en el atractivo de los clústeres turísticos del departamento; algunos de ellos son el patrimonio cultural e histórico, esto gracias al impulso de las tradiciones, festivales, monumentos y lugares arqueológicos de la región, así mismo están los paisajes y la diversidad en el ecoturismo, debido a la gran cantidad de ecosistemas distintos como, lagunas, montañas, parques naturales, que permiten la gran distinción de diferentes actividades. Por otro lado, algo que ha generado un gran impacto y que crea un factor diferenciador enorme es el turismo religioso, ya que cuenta con una amplia oferta de lugares religiosos, como santuarios, peregrinaciones e iglesias, consideradas como patrimonio y epicentro cultural. Otro factor atractivo es la gastronomía, con la autenticidad de sus platos, destacando los productos locales. Por último, pero no menos importante la conectividad y transporte, facilitando la llegada de turistas de un pueblo a otro, al igual que la promoción turística, marketing y el desarrollo sostenible, generando la adopción de prácticas turísticas que minimicen el impacto ambiental y desarrollen la conservación del departamento, creando un crecimiento continuo hacia la eficacia de estrategias en aspectos digitales, atrayendo turistas y aumentando la visibilidad. [42]

Dentro de los atractivos y formas de crecimiento turístico que se resaltaron en el estudio y así mismo dentro del departamento, el Clúster de Sugamuxi guarda grandes e importantes vestigios arqueológicos, en ellos se puede dar a conocer diferentes aspectos fundamentales sobre su cultura, un gran aporte es la variedad de actividades que se puede realizar en la región, compuestas por bici turismo, senderismo, historia, termalismo, gastronomía y religión.

Por otro lado, aquellos factores que desfavorecen el crecimiento progresivo de la región son:

1. El bajo desarrollo en infraestructura, como consecuencia a que carece en aspectos como la restauración de carreteras, alojamientos de calidad y servicios básicos.
2. La falta de capacitación y profesionalidad en los servicios es un factor que disminuye las buenas experiencias en los destinos elegidos por los turistas, lo cual según el desarrollo turístico es uno de los aspectos más cruciales
3. Un problema de estado desalentador evidenciado con frecuencia en la temporada alta a nivel turístico en la región es las zonas turísticas muy limitadas, debido a la alta ocupación presentada en estas fechas.
4. El fuerte daño ambiental que ha venido en aumento en los últimos años puede tener impactos negativos en el entorno natural, como lo son la contaminación de

las ricas fuentes hídricas y los páramos que hacen parte esencial de la región, la minería ilegal, la agricultura extractiva provocando la destrucción de bosques nativos y la desecación de humedales, y de no ser gestionado adecuadamente evidencia la falta de planes de sostenibilidad y conservación. [43]

### 9.1.2 Antecedentes de autores

En base a los antecedentes descritos y analizados anteriormente se hace necesario comprender los índices de la competitividad en el sector turístico, donde se alude a un contexto que integra distintos indicadores y pilares en el departamento de Boyacá, para esto se analizaron a partir de diferentes autores enlazados al tema turístico, Se identificaron los factores que tienen una incidencia baja en los estudios anteriormente realizados, enfocados en la competitividad turística empresarial, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 4. Autores antecedentes

Indicadores de Competitividad Empresarial					
No	Indicador/autor	Mafalda Gómez Vega	Thays Cristina Domares ki Ruiz	Jahir Lombana Coy de Colombia y Lorena Palacios Chacón de México.	Adriana Fumi Chim Miki
1	Accesibilidad	X	X		X
2	Infraestructura	X		X	X
3	Dotación de Servicios	X	X		
4	Turísticos		X	X	
5	Recursos Culturales	X			X
6	Recursos Naturales	X		X	
7	Factores Climáticos y Seguridad	X		X	

8	Ambiente		X		X
9	Innovación	X	X	X	
10	Eficiencia			X	
11	Sostenibilidad Ambiental		X		X
12	Seguridad	X		X	
13	Afinidad al Turismo				X
14	Recursos Humanos		X	X	
15	Marketing	X			
16	Economía Local				X
17	Aspectos Culturales	X		X	X
18	Conectividad		X	X	

Fuente: Elaboración Propia

La tabla se ha estructurado en base a los pilares descritos por CPTUR, COTELCO Y UNICAMFAM, sin embargo, se determinaron 18 indicadores que hacen alusión a los índices y pilares analizados por parte de los autores referenciados y nombrados anteriormente.

Se evidencia que indicadores como lo son: la eficiencia, afinidad al turismo, marketing y economía local no son considerados muy relevantes al momento de evaluar la competitividad turística empresarial. Pero según estándares predeterminados para la respectiva evaluación de este sector económico en un departamento pueden impulsar a mejoras significativas. Por otro lado, encontramos que factores con alta predominancia y manejo son: Infraestructura, innovación, accesibilidad y aspectos culturales, estos ligados unos a otros debido a que, para impulsar el desarrollo socioeconómico de las distintas actividades, se debe tener una tendencia orientada ante el uso de los recursos disponibles.

## 9.2 OBJETIVO 2: *Evaluar los estándares e indicadores del desarrollo y la competitividad de la región estudiada.*

En este objetivo se llevó a cabo el desarrollo de un instrumento, permitiendo la recopilación de la información cuantitativa por medio de un cuestionario, el cual se realizó mediante tres etapas: elaboración, codificación y prueba del instrumento a expertos del sector, que permitieron evaluar los estándares e indicadores de la región estudiada, asegurando que el análisis propuesto abarque en su totalidad todas las dimensiones y variables pertinentes para la aplicación del instrumento, cubriendo a todas las empresas del Turismo de Boyacá, para así estudiar espacios de competitividad empresarial.

Se inició como primera etapa la definición y elaboración de los estándares destacados dentro de la herramienta, teniendo en cuenta a que público será dirigida, para así proponer factores e índices que acompañen y den respuesta a la problemática central y al objeto de estudio, las tres dimensiones que permitan ahondar en la competitividad turística empresarial se resaltan a continuación:

- **Gestión Organizacional:** Proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar de manera eficiente los recursos de la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos. [44]
- **Gestión Operativa:** Actividades y tareas enfocadas a la mejora de la organización con el fin de aumentar su productividad. [45]
- **Gestión Ambiental:** Conjunto de políticas, planes, programas, normas y acciones destinadas a prevenir y controlar el deterioro del medio ambiente. Incluye tres aspectos: conservación del medio natural, prevención y control de la contaminación ambiental y manejo sustentable de los recursos naturales. [46]

Para cada dimensión se definieron unas variables donde el ámbito de la competitividad engloba las empresas de la región estudiada. Como primer factor se integra la gestión organizacional con la definición de variables como: planeación estratégica, comercial, contable y financiera, gestión humana y tecnológica; como segunda dimensión en la gestión operativa: sistema logístico, calidad, producto y servicios, por último, la gestión ambiental con las variables como lo son: políticas ambientales internas, gestión de desperdicios e implementación de sistemas ecológicos.

Dando por finalizada la primera etapa se da paso a la etapa de codificación y definición de cada una de las dimensiones y variables mediante las siglas de dos caracteres y un

digito numérico, los cuales permitirá una contextualización al lector al momento de dar respuesta al cuestionario planteado, como se visualiza a continuación:

Tabla 5 Codificación de Dimensiones

Gestión Organizacional	RF1	¿Establece alianzas y convenios con ecosistemas de Turismo fuera del clúster?
	RF2	¿Establece alianzas y convenios con ecosistemas Educativos?
	RF3	¿Establece alianzas y convenios con otras germinaciones diferentes al sector?
	RF4	¿Establece alianzas y convenios con empresas extranjeras?
	RF5	¿Cuenta con proyectos desarrollados en cooperación con sus proveedores?
	RF6	¿Qué porcentaje de sus trabajadores conforman redes de integración tanto nacional como internacional?

Gestión Operativa	OPF1	El índice de satisfacción del cliente en el último año es:
	OPF2	¿Como logra calificar el índice de quejas y reclamaciones?
	OPF3	¿Establece alianzas y convenios con ecosistemas Educativos?

Gestión Ambiental	AMF1	Reconocimiento o distinciones ambientales con respecto al sector han sido
	AMF2	Implementación de normas, procesos, sistemas que permitan ser más responsables con el medio ambiente ha sido
	AMF3	¿Como ha sido la implementación de sistemas ecológicos en este tiempo?

Fuente: Elaboración Propia

Ante las doce preguntas anteriormente definidas mediante la escala Likert, se logró identificar las tres dimensiones de forma concreta, para un fácil entendimiento y así generar datos sencillos para la interpretación estadística.

Dentro de las establecidas se halló que algunas de estas no eran coherentes con los futuros resultados buscados, por lo cual se realizó una prueba piloto que permitió realizar un filtro, a través de 5 personas expertas en el sector empresarial de la competitividad turística, algunas de estas personas fueron:

1. MSC Ing. Alberto López Ortiz, Gerente Administrativo Hospedería Marqués Casa Ramos.
2. Administrador de Empresa y Especialista en Calidad, Jair Martínez, Gerente Comercial y de TIC Hospedería Marqués Casa Ramos.
3. Administrador del Hotel Arcadia, Juan Rico Ramos.

Ante la reunión y el pilotaje de la herramienta se logró determinar las preguntas finales, eliminando y modificando algunas de ellas, bajo las sugerencias dadas por los encuestados. A continuación, se podrán observar las subdivisiones determinadas para la caracterización de los índices aplicados a la región.

*Tabla 6 Codificación Final*

Gestión Organizacional	RF1	¿Cómo han sido las alianzas estratégicas realizadas con otras empresas para mejorar su gestión organizacional?
	RF2	¿Como ha sido el incremento en la venta de sus servicios respecto al sector?
	RF3	¿Como ha crecido la oferta de sus servicios respecto al sector?
	RF4	¿Como ha sido el incremento de las utilidades en el último año?
	RF5	¿El aumento de la productividad de sus empleados ha sido?
	RF6	¿La tecnología utilizada para apoyar y soportar el servicio ha sido?
Gestión Operativa	OPF2	¿El índice de satisfacción del cliente en el último año es?

Gestión Ambiental	AMF1	¿Como ha sido el reconocimiento o distinciones ambientales con respecto al sector?
	AMF2	¿La Implementación de normas, procesos o sistemas que permiten ser más responsables con el medio ambiente ha tenido un impacto positivo en su empresa?

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente se logró establecer las preguntas pasando a un total de nueve, las cuales satisfacen las dimensiones del estudio para así proceder a la aplicación final del instrumento, tanto para la muestra (88) definida para el departamento de Boyacá como para el Clúster de Sugamuxi (30).

### *9.3 OBJETIVO 3: Comparar el grado de competitividad del clúster Sugamuxi frente a los indicadores del sector turístico del departamento de Boyacá.*

Dando paso a la recolección de la información en relación con el instrumento creado anteriormente, se realiza en primera instancia la búsqueda de todas aquellas empresas del departamento de Boyacá, incluyendo las del clúster de Sugamuxi, registradas como pertenecientes al sector turístico, consultadas en bases de datos oficiales y verificadas del SITUR – Departamento de Boyacá, de las cuales se hizo un correcto tratamiento de datos con fines investigativos [47]

(Anexo A. Tabla de datos).

Estas bases de datos contienen la información necesaria para la respectiva comunicación de las empresas aplicando una metodología por medio de llamadas telefónicas, de lo cual se logró obtener un acercamiento a cada una de las empresas dando a conocer el proyecto y su importancia para el crecimiento de la región, asegurando la participación instantánea, y así proceder a recolectar la información y datos pertinentes para el estudio. La herramienta fue compartida y diligenciada por cada uno de los empresarios mediante el siguiente link: <https://form.jotform.com/230987140784666>.

El lanzamiento oficial de la herramienta se realizó el 11 de Mayo de 2023, identificando días después, que la encuesta presentaba falencias tales como, espacios en blanco, errores en el Url compartido y saltos en preguntas obligatorias, ante los fallos se procedió a las respectivas mejoras para su pronta ejecución. En este segundo lanzamiento se reintegró la metodología anteriormente usada desde el 29 de mayo de 2023, a partir de este momento se hizo un conteo de mes y medio para él envió a todas las empresas de turismo del departamento, logrando un total de 124 encuestados, cumpliendo con el objetivo de la muestra probabilística planteada inicialmente. Al finalizar este tiempo se procede a compartir a las empresas pertenecientes al clúster de Sugamuxi, de las cuales se obtuvieron 19 de las 30 establecidas, las 11 faltantes se complementaron con las encuestas realizadas a nivel departamental, las cuales se confirmó que pertenecían a este clúster de turismo. Para lograr el total de encuestados se contactó con la Secretaria de Turismo de la Gobernación de Boyacá, solicitando compartir la encuesta para una gestión más oportuna.

(Anexo B. Certificación Gobernación de Boyacá)

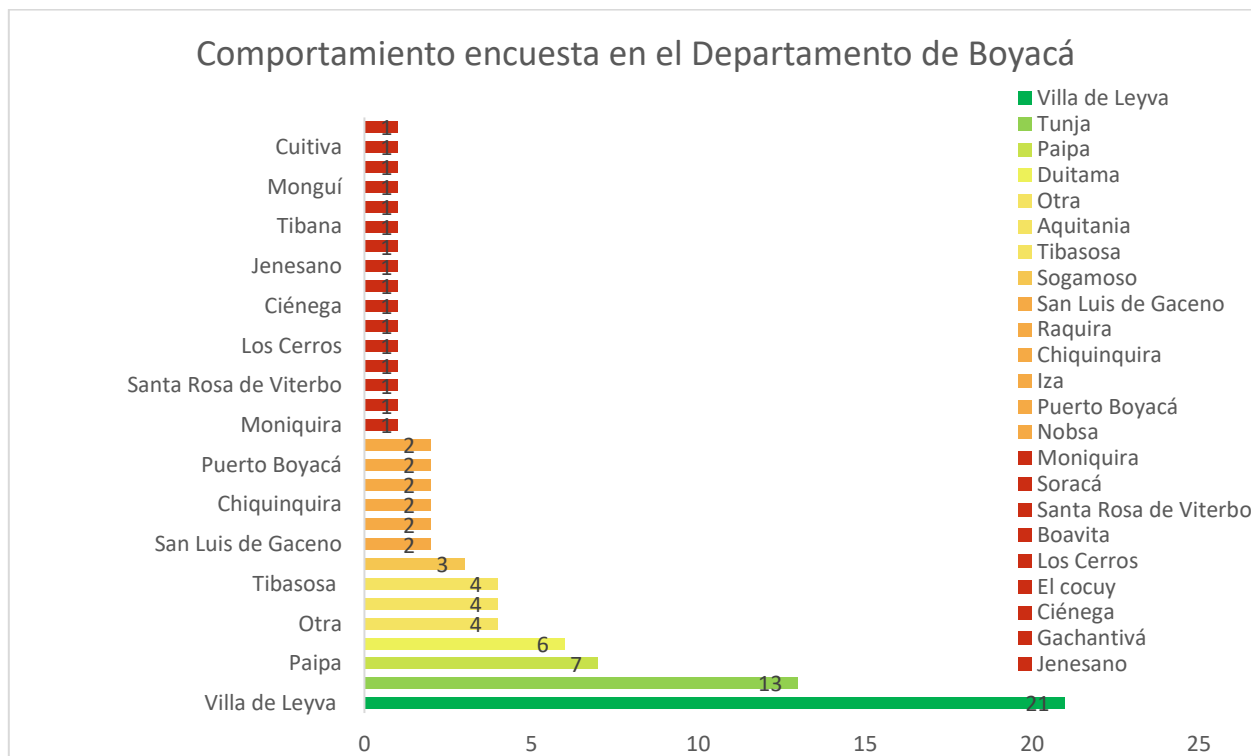
El cierre total del instrumento para el avance del análisis de datos se determinó el 15 de Agosto de 2023, de allí se procedió hacer un filtro mediante la herramienta Excel, donde se eliminaron las respuestas duplicadas, las encuestas en blanco y aquellas que no tenían información completa, para así evitar tener una alta desviación entre los datos obtenidos y registrar un orden que permita un mejor entendimiento y relación entre los datos

(Anexo C. Alfa de Cronbach Encuesta).

De acuerdo con el filtro aplicado y bajo el cumplimiento de la muestra para el departamento y por otro lado la muestra no probabilística del clúster que en un inicio se había definido con un total de 30 empresas, pero en el tiempo transcurrido a la hora de aplicar el

instrumento muchas de estas desertaron, para una muestra final de 19 empresas, lo cual permitió mediante una gráfica registrar cual fue el comportamiento en el número de respuestas en los Corregimientos y Municipios que se registraron.

Figura 9. Comportamiento en el departamento de Boyacá



Fuente: Elaboración Propia

A partir de los datos obtenidos anteriormente, se determinó que, para su análisis, el método a usar fue el Alfa de Cronbach, el cual permite estimar la confiabilidad y la consistencia interna del instrumento con cada una de las preguntas mediante la escala Likert, este valor puede variar entre 0 y 1 siendo una medida ponderada de las correlaciones entre variables, la ecuación a emplear se observara a continuación:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right] \quad (3)$$

- $\alpha$  = Coeficiente de Confiabilidad del Cuestionario
- K = Número de Ítems del Instrumento
- $\sum S_i^2$  = Sumatoria de la Varianza de Los Ítems

- $S_T^2$  = Varianza Total del Instrumento

Con base al método empleado para la muestra probabilística y no probabilística, aplicando la anterior ecuación, se obtuvo para las empresas del departamento de Boyacá los siguientes resultados:

Tabla 7. Resultados Alfa Cronbach Departamento de Boyacá

K	9
$\sum S_i^2$	10,63925926
$S_T^2 =$	39,04
$\alpha$	0,8184

Fuente: Elaboración Propia

Como se evidencia anteriormente se obtuvo un nivel de confiabilidad del 81%, este porcentaje se clasifica en un estado de Excelente confiabilidad ya que el rango hallado esta entre un 72% y 99% como se muestra:

Tabla 8. Rangos Escala de Cronbach

<b>RANGO</b>	<b>CONFIABILIDAD</b>
0.53 a menos	Confiabilidad Nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad Baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy Confiable
0.72 a 0.99	Excelente Confiabilidad
1	Confiabilidad Perfecta

Fuente: GPL Research Asesoría de Tesis y Artículos Científico

En base a los anteriores resultados se logró identificar la veracidad del instrumento, con una excelente confiabilidad, procediendo a comparar mediante estadística descriptiva el estudio para cada dimensión, en primera instancia con la media de manera vertical y la

moda, con el objetivo de resaltar el estado actual de las dos muestras en las tres dimensiones planteadas y con respecto a cada pregunta que se encuentran dentro de las mismas, por otro lado buscando un criterio objetivo de cómo se encuentran calificadas y clasificadas cada empresa en totalidad, En segunda instancia se halló un promedio horizontal de cada una de estas y así mismo en un media total general de la apreciación del instrumentó, como se evidencian en los resultados obtenidos:

## 10. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Posteriormente de validar la confiabilidad del instrumento, se procede a realizar un análisis estadístico el cual permite obtener el porcentaje de competitividad turística de las empresas del Clúster de Sugamuxi frente al estado actual de la competitividad del departamento de Boyacá.

Se da inicio al análisis mediante el estudio del método de regresión polinómica ordinal, este es usado cuando tanto las variables predictoras como la variable dependiente son ordinales, es decir, tienen un orden predefinido, pero no necesariamente una distancia constante entre las categorías. Para el análisis es importante relacionar e identificar aquellos componentes que hacen parte del estudio, como se evidencian a continuación:

1. **Variables predictoras:** Estas son las variables independientes que se utilizan para predecir el nivel de competitividad. Pueden incluir factores como la inversión en investigación y desarrollo, el acceso a recursos, la calidad de la infraestructura, la educación, entre otros, según en el contexto de estudio, específicamente para este caso aquellos factores principales son la gestión operativa, gestión ambiental y gestión organizacional.
2. **Variable dependiente:** La variable dependiente en este caso es el concepto de competitividad que se clasifica en niveles u categorías ordinales, dentro del estudio presente la herramienta se basó una escala Likert donde su rango esta de 1-5 evaluado de la siguiente manera:
  1. Totalmente en desacuerdo
  2. En desacuerdo
  3. Neutral
  4. De acuerdo
  5. Totalmente de acuerdo
3. **Modelo polinómico:** En lugar de utilizar una regresión lineal tradicional, que asume una relación lineal entre las variables predictoras y la variable dependiente, un modelo de regresión polinómica permite explorar relaciones no lineales. Esto significa que se pueden considerar efectos cuadráticos, cúbicos u otros tipos de relaciones no lineales entre las variables predictoras y la competitividad, para este caso y de acuerdo con los valores obtenidos lo que se busca es dejar los valores en un intervalo de [0-1], estandarizando los resultados.

Lo que indica que con un análisis de regresión polinómica ordinal puede identificarse si existe una relación significativa entre las variables predictoras y el nivel de competitividad, así como la naturaleza de esa relación. Por ejemplo, podría determinarse si un aumento

en la inversión en investigación y desarrollo tiene un efecto no lineal en el aumento de la competitividad, es decir, si hay un punto óptimo en el que el aumento en la inversión deja de tener un impacto positivo en la competitividad.

De acuerdo con lo anteriormente descrito se llega a la estandarización del resultado para que el valor mínimo de la calificación sea cero, ¿Por qué se espera un cero en el porcentaje de competitividad? Porque en el caso en donde una empresa tenga la mínima calificación, su nivel de competitividad no puede ser un porcentaje mayor a cero, ya que esto sería falso, lo que se busca con la estandarización anteriormente nombrada es que el porcentaje de competitividad sea cero cuando es mínimo y cuando es mayor al mínimo arroje el porcentaje exacto.

Permitiendo que la comparación sea asertiva, se empezó por realizar la medición de competitividad de las 90 empresas estudiadas y evaluadas, para ello se debe obtener el porcentaje promedio de competitividad en el departamento, iniciando por un promedio de respuestas por dimensión evaluada, lo que nos indica que el valor obtenido mediante la herramienta se va a dividir sobre el máximo de las respuestas en la escala más alta, es decir, en el caso de la gestión operativa, los valores se dividirán sobre 5 ya que este es el número máximo de la escala y solo se trata para una pregunta, en el caso de gestión ambiental se suman las respuestas y se dividen sobre 10 ya que son dos preguntas y por último en la gestión organizacional se suma el valor de las preguntas pero se divide sobre 30 ya que este tiene 6 preguntas.

De acuerdo con los resultados hallados anteriormente la estandarización del valor se aplica mediante la siguiente fórmula:

$$\frac{(\text{valor de la encuesta}) - (\text{mínimo de las respuestas halladas})}{(\text{máximo de las respuestas halladas}) - (\text{mínimo de las respuestas halladas})} \quad (4)$$

Como se muestra su uso mediante fórmulas de Excel a continuación:

Figura 10. Estandarización Dimensiones

ESTANDARIZACION				
=(L3-MIN(\$L\$3:\$L\$18))/(MAX(\$L\$3:\$L\$18)-MIN(\$L\$3:\$L\$18))				
0,80	67%	0,80	86%	
0,80	67%	0,70	71%	
0,80	67%	0,60	57%	
0,40	0%	0,40	29%	
0,60	33%	0,50	43%	
1,00	100%	0,50	43%	
1,00	100%	0,90	100%	
0,60	33%	0,50	43%	
0,80	67%	0,70	71%	
1,00	100%	0,80	86%	
0,80	67%	0,70	71%	
0,60	33%	0,60	57%	
0,60	33%	0,20	0%	
1,00	100%	0,80	86%	
0,80	67%	0,70	71%	

Fuente: Elaboración Propia

En base a lo anterior el proceso se debe continuar para cada empresa como para cada dimensión, obteniendo como resultado el porcentaje de competitividad para cada una, ante ello y ya conociendo el grado, se debe generar un promedio de las 90, este resultado arrojo el 70%, lo que indica el grado mínimo de competitividad en el que se deberían encontrar las 16 empresas estudiadas del Clúster de Sugamuxi. A continuación, se observa la estandarización de las 90 empresas del sector.

(Anexo D. Estandarización de competitividad del sector turismo).

Por otra parte, y lo que resulta ser el análisis de las empresas del Clúster de Sugamuxi, se aplica el mismo método anteriormente nombrado, dando como resultado un promedio general del 57%. A continuación, se observa la estandarización de las 16 empresas del Clúster.

(Anexo E. Estandarización de la competitividad Clúster de Sugamuxi).

Conociendo el valor promedio de la competitividad del Clúster, a continuación, se genera la comparación de las 16 empresas junto al promedio mínimo del departamento, mostrado de la siguiente manera:

Tabla 9. Comparación de Resultados

Empresas Cluster	Comp 1	Comp 2	Comp 3	Promedio Competitividad por empresa	Competitividad Sector
Empresa 1	● 67%	▼ 43%	● 68%	59%	70%
Empresa 2	● 67%	▲ 86%	▼ 50%	67%	
Empresa 3	● 67%	▲ 71%	▼ 50%	63%	
Empresa 4	● 67%	▼ 57%	▲ 82%	69%	
Empresa 5	▼ 0%	▼ 29%	▼ 32%	20%	
Empresa 6	▼ 33%	▼ 43%	▼ 27%	34%	
Empresa 7	▲ 100%	▼ 43%	▼ 23%	55%	
Empresa 8	▲ 100%	▲ 100%	▲ 100%	100%	
Empresa 9	▼ 33%	▼ 43%	▼ 41%	39%	
Empresa 10	● 67%	▲ 71%	▲ 77%	72%	
Empresa 11	▲ 100%	▲ 86%	▼ 50%	79%	
Empresa 12	● 67%	▲ 71%	▼ 36%	58%	
Empresa 13	▼ 33%	▼ 57%	▼ 41%	44%	
Empresa 14	▼ 33%	▼ 0%	▼ 0%	11%	
Empresa 15	▲ 100%	▲ 86%	● 64%	83%	
Empresa 16	● 67%	▲ 71%	▼ 50%	63%	

Fuente: Elaboración Propia

Mediante los resultados observados se logra determinar que 3 de las 16 empresas estudiadas están aptas o por encima de la competitividad departamental, es importante resaltar que se determina la eliminación de la empresa número 8, ya que no cumple los niveles de confiabilidad, gracias a que los datos hallados y estudiados son irregulares y da como resultado un 100% de competitividad, por ende se toman 15 empresas finalmente, siendo 12 las que están por debajo, lo cual nos permite deducir que el 80% de las empresas dentro del clúster no cumplen con la competitividad frente al sector.

Finalmente, y según lo hallado se puede decir que el método estadístico analizado cuenta con una validez y precisión del modelo de regresión polinómica, ya que se ajusta adecuadamente a los datos y el estudio aplicado demuestra que solo un 20% de las empresas del Clúster son las que cumplen.

## 11. CONCLUSIONES

- La competitividad es un factor de gran relevancia para el sector turismo en el departamento de Boyacá. A través del estudio de sus factores, antecedentes y pilares se reflejó la importancia que se le otorga a las dimensiones de Gestión organizacional, Gestión operativa y Gestión ambiental, por lo cual la implementación de nuevas medidas fortalecerá a aquellas empresas en donde el promedio mínimo no supero el 70% que pertenece al departamento.
- De acuerdo con los objetivos definidos para el presente estudio se concluye que para el objetivo 1, se logró evidenciar que el turismo en Colombia, incluyendo Boyacá, es un sector clave para la economía y el empleo. A pesar de su importancia, se enfrenta a desafíos como la falta de desarrollo y la necesidad de una mayor colaboración entre el sector público y privado para lograr un crecimiento sostenible y alcanzar objetivos a largo plazo, por parte del objetivo 2, en cada una de estas dimensiones, se definieron variables específicas para evaluar la competitividad en las empresas de la región estudiada. Estas variables incluyen aspectos como la planificación estratégica, comercial, contable y financiera, la gestión de recursos humanos y tecnológicos, el sistema logístico, la calidad de productos y servicios y las políticas ambientales internas, la gestión de residuos y la implementación de sistemas ecológicos, finalmente el objetivo 3 donde se hallaron los resultados que demuestran, que las metodologías aplicadas proporcionan un enfoque completo para evaluar la competitividad de las empresas en el sector turístico de Boyacá, abarcando tanto aspectos organizativos como ambientales. El desarrollo de este instrumento es fundamental para comprender y mejorar la competitividad del Clúster de Sugamuxi.
- Gracias al método del alfa de Cronbach y el modelo de regresión polinómica ordinal se logro identificar mediante un análisis la confiabilidad y el grado de competitividad en el que se encontraban las dos muestras, probabilística y no probabilística, dando como resultado los puntos débiles en las dimensiones, disminuyendo el bajo impacto que tiene el clúster de sugamuxi ante el sector.

## 12. RECOMENDACIONES

Tabla 10. Recomendaciones

Dimensiones	Recomendaciones	Sugerencias de implementación
Gestión Operativa	<p>Los índices de satisfacción de los clientes deben primar dentro de las empresas pertenecientes al Clúster, por lo cual se recomienda realizar feedback con los clientes, planteando nuevas mejoras en los puntos débiles evidenciados, teniendo más clientes satisfechos y leales, los cuales podrán compartir buenas experiencias que permitan la adquisición de nuevos clientes, generando ventajas competitivas, obteniendo beneficios como el posicionamiento de las organizaciones en el mercado.</p>	<p>Estas mediciones y feedback se pueden implementar mediante encuestas de satisfacción con escalas de medición y CSAT (Clasificación de satisfacción del cliente) luego de la presentación de los servicios.</p>
		<p>Un factor determinante así mismo será implementar capacitaciones mensuales basadas en el servicio al cliente que permitan mejorar la experiencia de los turistas en los servicios prestado, para así mismo aumentar los niveles de satisfacción.</p>
Gestión Organizacional	<p>El enfoque de esta dimensión permitirá plantear nuevas estrategias y recomendaciones, como alianzas entre sectores aprovechables para todas las empresas que permitan a las empresas generar una mayor rentabilidad del negocio con la implementación de servicios extras y la articulación entre empresas, como restaurantes, transportadoras, centros de tecnología y hoteles.</p> <p>Por otro lado, se deben fijar objetivos claros y claves con las alianzas externas y los colaboradores internos y hacer seguimiento de estos.</p>	<p>Crear proyectos colaborativos para complementar servicios aumentando los portafolios, teniendo objetivos claros, redes de comunicación eficiente y sinergia</p>
		<p>Realizar mediciones de productividad de los cuales se pueden emplear distintos métodos como lo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Método de evaluación de rendimiento</li> <li>*Método del foco</li> </ul> <p>Al igual que generar incentivos monetarios que</p>

		<p>motiven al excelente trabajo de los colaboradores.</p> <p>La implementación de tecnología en este siglo es de gran importancia. Herramientas útiles dentro de este sector incluyen:  *Canales de servicio al cliente con asistencia inteligente.  *Realidad aumentada para la presentación de servicios.  *Marketing digital.  Etc...</p>
Gestión Ambiental	<p>Los aportes y responsabilidades ambientales que debe tener el sector turístico son resaltados por la OMT por lo cual se recomienda articular los servicios y productos a los 17 ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) declarados por la ONU, promoviendo el cuidado del medio ambiente, tanto de los trabajadores como de quienes adquieren los servicios.</p>	<p>Para el cumplimiento de los ODS se pueden implementar:  *Energías de fuentes renovables.  *Uso sostenible de ecosistemas terrestres  *Preservar el patrimonio cultural y natural  *Actividades de sensibilización  *Reducción de residuos  *Conservación de la flora y fauna</p>
Análisis estadístico	<p>Se debe generar una muestra específica para el clúster de Sugamuxi, esto llevado a una tendencia de evaluación mensual en donde se analice y se lleve un seguimiento del grado de competitividad frente al departamento, y busque la superación del estado actual.</p>	<p>Generar un sistema de ruteo y evaluación continua a la muestra específica, generando un informe mensual, apoyando e incentivando a aquellas organizaciones que estén por debajo del promedio mínimo del departamento. Así mismo obteniendo como resultado anual un crecimiento por lo mínimo en un 60% del clúster</p>

### 13. BIBLIOGRAFÍA

- [1] M. Ledhesma, Tipos de turismo, nueva clasificación, 1ra ed., Ciudad Autónoma, Buenos Aires, 2018, p. 177.
- [2] M. Z. Pololikashvili, «UNWTO,» World Tourism Organization, 2023. [En línea]. Available: <https://www.unwto.org/es>.
- [3] A. O. V. Camacho, «La crisis del turismo por el COVID-19,» *Universidad Externado de Colombia*..
- [4] World Tourism Organization, «UNTWO,» [En línea]. Available: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>.
- [5] Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, «Los servicios turísticos aportarían \$45 billones al PIB de 2022, según estimaciones de Mincomercio,» GOV.CO, 14 12 2022.
- [6] World Economic Forum, «Índice de desarrollo de viajes y turismo 2021: reconstrucción para un futuro sostenible y resiliente,» 2022.
- [7] J. G. Orozco, «Colombia mejora siete posiciones en el índice de competitividad de viajes y turismo del Foro Económico Mundial,» 04 12 2019.
- [8] Ministerio de Comercio, Industria Y Turismo, «Seis regiones turísticas, la apuesta de Colombia para atraer viajeros internacionales,» GOV.CO, 30 07 2021.
- [9] Gobernacion de Boyaca, Secretaria de Turismo, «SITUR BOYACÁ,» [En línea]. Available: <https://situr.boyaca.gov.co/attractivos-turisticos-de-boyaca/>.
- [10] MINCIT, «Registro nacional de turismo -RNT,» 2023.
- [11] L. Y. P. C. RAMIRO BARRAGÁN ADAME. WILFREDY BONILLA LAGOS, «INFORME DE GESTION Y RESULTADOS DEL PLAN DE DESARROLLO 'PACTO SOCIAL POR BOYACÁ: TIERRA QUE SIGUE AVANZANDO 2020-2023',» Boyacá, 2021.
- [12] Unidad Administrativa de Comunicaciones y Protocolo, «GOV.CO,» 21 02 2023. [En línea]. Available: <https://www.boyaca.gov.co/fontur-sera-aliado-de-boyaca-este-2023/>.
- [13] N. P. A. C. Ana Milena Serrano Amado. Luz A. Montoya Restrepo, «LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA. UNA APROXIMACIÓN DESDE EL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ, COLOMBIA,» *SCIELO*, vol. 22, nº 1, p. 28, 23 09 2022.

- [14] A. B. d. P. C. O. A. O. O. Germán Umaña Mendoza, «PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2022- 2026 , TURISMO EN ARMONÍA CON LA VIDA,» 2023.
- [15] A. M. N. Pedregal, «TEMAS EMERGENTES PRESENTE Y FUTURO DE LA ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO,» *EL TURISMO COMO CONTEXTO*, p. 7, 2020.
- [16] C. & O. W. Lagos, «Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas,» 2019. [En línea]. Available: <https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/2781/CAJAVILCA%20LAGOS%20%20WILDER%20%20OSWALDO-DOCTORADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- [17] Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, «Iniciativa Clúster Turismo Sugamuxi - Boyacá,» 2018. [En línea]. Available: [http://dev.redclustercolombia.gov.co/initiatives\\_f/143/show-initiatives#:~:text=La%20Iniciativa%20Cl%3%BAster%20Turismo%20Sugamuxi,%20C%20Tibasosa%2C%20T%3%B3paga%20y%20Tota..](http://dev.redclustercolombia.gov.co/initiatives_f/143/show-initiatives#:~:text=La%20Iniciativa%20Cl%3%BAster%20Turismo%20Sugamuxi,%20C%20Tibasosa%2C%20T%3%B3paga%20y%20Tota..)
- [18] H. A. V. Vega, «INFORME DE GESTION 2018,» Sogamoso.
- [19] L.-A. M.-R. I. C. Ana-Milena Serrano-Amado, *Análisis de la sostenibilidad y competitividad*, 2018.
- [20] M. G. Vega, *Modelos de evaluación de eficiencia de los destinos turísticos: Los recursos culturales como factor determinante de la competitividad turística*, Valladolid, 2018, p. 170.
- [21] N. P. A.-C. M. T. R. Ana Milena Serrano-Amado, *Representaciones sociales de la norma de sostenibilidad en MiPymes de alojamiento en Colombia*, Duitama, 2019.
- [22] A. F. C. M. Thays Cristina Domareski Ruiz, *Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística*, Toluca, 2019.
- [23] D. L. GUERRERO, *La cultura organizacional como elemento competitivo de las*, vol. 40, 2020.
- [24] K. D. J. Fonseca, *Plan de negocios para la empresa dedicada al Ecoturismo Centro Eco-turístico "La Meseta"*, Bogotá, 2020.
- [25] L. V. M. Rodríguez, *Plan de negocios para la creación del Centro de Recreación y Esparcimiento Social "VIDA" en la ciudad de Sogamoso, Boyaca, Colombia*, Bogota D.c, 2020.
- [26] S. G.-M. C. G. Daniel Corzo-Arévalo, *La gestión cultural como factor de competitividad turística. Un*, vol. 16, Bucaramanga, 2021, pp. 78 - 86.
- [27] E. D. C. Castañeda, *La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia*, Boyacá, 2022.

- [28] L. P. C. Jahir Lombana Coy, *Determinantes de la competitividad de destinos de turismo en países*, 2022, pp. 242-263.
- [29] L. B. G. H. C. Henry Aguilera Acosta, *Propuesta para incentivar el turismo sostenible en Colombia*, Bogotá D.C, 2022.
- [30] M. P. T. G. Héctor Daniel Acero Forero, *PORTAFOLIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS PARA EL CLÚSTER SUGAMUXI BOYACÁ*, 2022.
- [31] A. Y. M. M. J. S. M. Pablo Enrique Bobadilla Segura, *Caracterización del Potencial Turístico en el Departamento de Boyacá en las Provincias de Gutiérrez, Sugamuxi y Occidente*, Bogotá, 2022.
- [32] EL CONGRESO DE COLOMBIA, *Ley 1558*, 2012.
- [33] Consejo Nacional de Política Económica y Social, República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación, *DOCUMENTO CONPES 3397*, 2005.
- [34] INCONTEC, Gobierno de Colombia, MINCIT, *Norma Técnica NTS-TS SECTORIAL COLOMBIANA 001-1*, 2006.
- [35] INCONTEC internacional, MINCIT, Gobierno de Colombia, *NORMA TÉCNICA NTS – TS SECTORIAL COLOMBIANA 003*, 2018.
- [36] MINCIT, *Resolucion 0280*, 2018, p. 14.
- [37] Y. Soto, *Datos masivos con privacidad y no contra privacidad*, vol. 0, R. B. y. Derecho, Ed., Rev. Bioética y Derecho, pp. 101-114.
- [38] A. L. A. e. al, *A Meta-Analysis of Ethics Instruction Effectiveness in the Sciences*, vol. 19, Ethics Behav, 2009, pp. 379-402.
- [39] A. Miguélez, *“Investigación social cualitativa y dilemas éticos: De la ética vacía a la ética situada | Abad Miguélez | Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, Empiria. Rev. Metodol. ciencias ed., vol. 34, Empiria. Rev. Metodol. ciencias, 2016, pp. 101-120.
- [40] L. A. M. R. I. V. C. G. Ana Milena Serrano, «Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia,» vol. 21, p. 11, 2018.
- [41] A. R. Robles González, R. J. Botia Sáchica y Salinas, «ANÁLISIS DE ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ,» Tunja, 2017.
- [42] G. d. Boyacá, *Boyacá es para Vivirla*.
- [43] P. Quinto, *PROBLEMAS AMBIENTALES EN BOYACÁ*, 2021.
- [44] M. Narvaez, «QuestionPro,» 2023. [En línea]. Available: <https://www.questionpro.com/blog/es/gestion->

organizacional/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20gesti%C3%B3n%20organizacional,de%20alcanzar%20un%20objetivo%20predefinido.

- [45] Grupo ESGinnova, «25 ISOTool,» [En línea]. Available: <https://www.isotools.us/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>.
- [46] twenergy, «Twenergy,» 2 11 2019. [En línea]. Available: <https://twenergy.com/ecologia-y-reciclaje/medio-ambiente/que-es-la-gestion-ambiental-558/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20ambiental%20son%20el,conseguir%20as%C3%ADn%20un%20desarrollo%20sostenible.>
- [47] GOBERNACIÓN DE BOYACÁ, «Base de Prestadores de Servicios Turísticos "SITUR" - DEPARTAMENTO DE BOYACÁ,» 21 Junio 2023. [En línea]. Available: <https://www.datos.gov.co/en/Comercio-Industria-y-Turismo/Base-de-Prestadores-de-Servicios-Tur-isticos-SITUR-/j8bh-xk3n>.

## ANEXOS

### Anexo A. Tabla de Datos



ANEXO A. (TABLA DE  
DATOS).xlsx

### Anexo B. Certificación Gobernación de Boyacá



ANEXO B.  
(CERTIFICACIÓN GOB

### Anexo C. Dashboard Encuesta



ANEXO C. (ALFA DE  
CRONBACH).xlsx

### Anexo D. Estandarización competitividad del sector Turismo



ANEXO D.  
(ESTANDARIZACIÓN I

### Anexo E. Estandarización Competitividad del Clúster de Sugamuxi



ANEXO E.  
(ESTANDARIZACION I