

**MEDICIÓN DE COMPETITIVIDAD  
PARA EMPRESAS TURÍSTICAS EN  
MÉXICO Y PERÚ**

**OPORTUNIDAD DE IMPACTO  
SOCIAL Y DESARROLLO**

Ruíz fuentes, Liliana Raquel, autor

Medición de competitividad para empresas turísticas en México y Perú : oportunidad de impacto social y desarrollo, 2019-2020 / Liliana Raquel Ruiz Fuentes, José Carlos González Núñez, Delfino Vargas Chanes. -- Primera edición. -- Bogotá : Ecoe Ediciones ; Ciudad de México : Universidad del Valle de México : Laureate International Universities, 2022.

147 páginas. -- (Economía y negocios. Empresas turísticas)

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-503-187-6 -- 978-958-503-188-3 (e-book)

1. Turismo - Investigaciones - América Latina - Siglo XXI 2. Competencia económica - Investigaciones - América Latina - Siglo XXI 3. Impacto social - América Latina - Siglo XXI 4. Impacto social - México - Siglo XXI 5. Impacto social - Perú - Siglo XXI I. González Núñez, José Carlos, autor II. Vargas Chanes, Delfino, autor

CDD: 338.47918 ed. 23

CO-BoBN- a1101714

---



**Área:** Economía y negocios

**Subárea:** Empresas turísticas

**ECOE**  
EDICIONES

**UVM**

© Liliana Raquel Ruiz Fuentes

© José Carlos González Núñez

© Delfino Vargas Chanes

- ▶ Universidad del Valle de México  
www.uvm.mx  
Calzada De Tlalpan No. 3016 y 3058,  
Ex Hacienda Coapa, Delegación  
Coyoacán, Ciudad de México  
Tel.: 800 0000 886  
Ciudad de México, México
- ▶ Ecoe Ediciones S.A.S.  
info@ecoeediciones.com  
www.ecoeediciones.com  
Carrera 19 # 63 C 32 - Tel.: 919 80 02  
Bogotá, Colombia

**Primera edición:** Bogotá, noviembre del 2022

**ISBN:** 978-958-503-187-6

**e-ISBN:** 978-958-503-188-3

Directora editorial: Claudia Garay Castro  
Coordinadora editorial: Paula Bermúdez B.  
Corrección de estilo: Orlando Riaño  
Diagramación: Nicol Pulido Casallas  
Carátula: Wilson Marulanda Muñoz  
Impresión: Carvajal Soluciones de  
Comunicación S.A.S.  
Carrera 69 #15-24

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio  
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

# INTEGRANTES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Este libro presenta los resultados de un proyecto financiado por el Laureate Research Grant, dirigido por la Universidad del Valle de México y operado también por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Dr. José Carlos González Núñez  
Universidad Anáhuac México

Dr. Delfino Vargas Chanes  
Universidad Nacional Autónoma de México

Doctoranda Lina Isabel Chávez Palomares  
Universidad de Jaén, España

Doctoranda Ana Cecilia Rivas Medina  
Mtra. Brendali Carrillo Barrera  
Lic. Milagros Granda Alarcón  
Lic. Milagros Padilla Aspajo

Bach. Carla Miranda Heredia  
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Doctoranda Giannina Robinson Díaz  
Responsable del equipo en Perú

Dra. Liliana Raquel Ruiz Fuentes  
Responsable del proyecto



# AGRADECIMIENTOS

Los autores de esta obra desean agradecer a las siguientes instituciones y personas:

En México

Universidad Anáhuac México

Universidad Nacional Autónoma de México

Universidad de Jaén, España

Secretaría de Turismo Gobierno del Estado de Tlaxcala

Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles

Universidad Anáhuac de Xalapa

JRL Consultores S.C.

En Perú

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PromPerú

Municipalidad de Lima Metropolitana

Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines - AHORA

El proyecto de investigación se desarrolló con financiamiento del Laureate Research Grant en 2020 y los trabajos de investigación en el tema se iniciaron con financiamiento recibido por el Fondo Sectorial Conacyt-Sectur 2014.

A los propietarios, directivos y gerentes de las empresas participantes, por haber confiado en el proyecto bajo la coyuntura de la pandemia por Covid-19.

A la Universidad del Valle de México por sus aportaciones concurrentes y apoyos para el desarrollo del proyecto, así como la disposición de todos los profesionales que colaboraron en la gestión del proyecto.

Dra. Mónica Porres Hernández  
Rectora Institucional de UVM

Dr. Gerardo Dubcovsky Rabinovich  
Vicerrector de Investigación, Incubadoras e Innovación de UVM

Mtra. Leticia Rodríguez Segura  
Directora Institucional de Investigación e Innovación Educativa de UVM  
Directora de Fondo Editorial UVM

Lic. Estefanía Esparza Mendoza  
Asistente Administrativa de UVM

Ing. Emmanuel Martínez Luqueño  
Soporte Tecnológico

A la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por sus aportaciones concurrentes y apoyos para el desarrollo del proyecto, así como la disposición de todos los profesionales que colaboraron en la gestión del proyecto.

Dr. Edward Roekaert Embrechts  
Rector

Dra. Milagros Morgan Rozas  
Vicerrectora Académica y de Investigación

Dr. Alfredo García Quesada  
Director de Investigación

# CONTENIDO

|   |      |
|---|------|
| <b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....  | XVII |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....   | XIX  |
| <b>CAPÍTULO 1. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....   | 1    |
| El modelo.....  | 5    |
| Dimensiones y variables .....   | 8    |
| Enfoque teórico, conceptos y definiciones .....   | 10   |
| a) Ventaja competitiva y valor creado .....   | 11   |
| b) La Cadena de valor .....   | 13   |
| <b>CAPÍTULO 2. PREPARACIÓN DEL PLAN PILOTO Y ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES</b> ..... | 17   |
| La prueba piloto.....   | 17   |
| a) Muestra: recopilación y obtención de datos .....   | 17   |
| b) Acercamiento con las empresas.....   | 19   |
| Análisis descriptivo de las empresas participantes.....   | 19   |
| <b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DEL MODELO Y DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN</b> .....                 | 29   |
| Validez y confiabilidad .....   | 31   |
| Etapas de análisis y reporte de resultados .....  | 31   |

|  |            |
|--|------------|
| Análisis factorial exploratorio (AFE).....                           | 32         |
| Parsimonia e interpretabilidad .....                                 | 32         |
| AFE: Dimensión Características y vocación turística.....             | 35         |
| AFE: Dimensión Gestión de rutinas y procesos.....                    | 38         |
| AFE: Dimensión de Mejora continua .....                              | 39         |
| AFE: Dimensión Gestión del capital humano .....                      | 41         |
| AFE: Dimensión Gestión del mercado-cliente.....                      | 43         |
| AFE: Dimensión Oportunidad de impacto social y desarrollo.....       | 45         |
| AFE: Dimensión Evaluación de beneficios .....                        | 47         |
| <br>   |            |
| <b>CAPÍTULO 4. BONDAD DE AJUSTE DEL MODELO TEÓRICO ANÁLISIS</b>      |            |
| <b>FACTORIAL CONFIRMATORIO (AFC).....</b>                            | <b>51</b>  |
| AFC: Dimensión: Características y vocación turística.....            | 51         |
| AFC: Dimensión: Gestión de rutinas y procesos .....                  | 56         |
| AFC: Dimensión: Gestión de mejora continua .....                     | 59         |
| AFC: Dimensión: Gestión de capital humano.....                       | 63         |
| AFC: Dimensión: Gestión de mercado-cliente.....                      | 66         |
| AFC: Dimensión: Oportunidad de impacto social y desarrollo.....      | 70         |
| AFC: Dimensión: Evaluación de beneficios.....                        | 74         |
| <br>   |            |
| <b>CAPÍTULO 5 ÍNDICE GLOBAL DE MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD</b>     |            |
| <b>TURÍSTICA.....</b>  | <b>79</b>  |
| Ajuste del Modelo de medición de la competitividad turística .....   | 79         |
| Ordenamiento de las empresas con base al Puntaje global              |            |
| de competitividad .....  | 84         |
| Valores promedios por grupos de empresas .....                       | 92         |
| Ordenamiento de las empresas con base al Puntaje global de           |            |
| competitividad a nivel país: México.....                             | 93         |
| Ordenamiento de las empresas con base al Puntaje global de           |            |
| competitividad a nivel país: Perú.....                               | 98         |
| Comentarios a los resultados del Índice de competitividad .....      | 101        |
| <br>   |            |
| <b>CONCLUSIONES .....</b>  | <b>103</b> |
| Conclusiones por categoría de elementos de gestión .....             | 104        |
| Sobre la muestra y la experiencia en el levantamiento de campo ..... | 107        |
| Futuras líneas de investigación .....                                | 108        |
| Limitaciones .....   | 108        |
| <br>   |            |
| <b>APÉNDICE .....</b>  | <b>109</b> |
| A1 Instrumento de medición.....                                      | 109        |
| Modificaciones al instrumento de medición .....                      | 110        |
| <br>   |            |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>                              | <b>137</b> |



## ÍNDICE DE FIGURAS

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Figura 1.  | Categorías de las dimensiones del modelo de competitividad...                                       | 8  |
| Figura 2.  | Cadena de valor de servicios del modelo de HSS.....   | 16 |
| Figura 3.  | Metodología de Generación del instrumento de medición de competitividad turística .....             | 30 |
| Figura 4.  | Gráfica de sedimentación para extracción de factores para Características y vocación turística..... | 36 |
| Figura 5.  | Gráfica de Sedimentación para extracción de factores para Gestión de rutinas y procesos.....        | 38 |
| Figura 6.  | Gráfica de Sedimentación para Extracción de Factores para Mejora Continua .....                     | 40 |
| Figura 7.  | Gráfica de Sedimentación para Extracción de factores Gestión del capital humano.....                | 42 |
| Figura 8.  | Gráfica de Sedimentación para Extracción de factores Gestión del mercado-cliente.....               | 44 |
| Figura 9.  | Gráfica de Sedimentación para Extracción de Oportunidad de impacto social y desarrollo.....         | 46 |
| Figura 10. | Gráfica de Sedimentación para Extracción de factores Evaluación de beneficios.....                  | 48 |
| Figura 11. | Histograma de puntajes factoriales para Características y vocación turística .....                  | 53 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 12. Histograma de puntajes factoriales para Gestión de rutinas y procesos..... | 57 |
| Figura 13. Histograma de puntajes factoriales para Gestión de mejora continua.....    | 61 |
| Figura 14. Histograma de puntajes factoriales para Gestión de capital humano .....    | 64 |
| Figura 15. Histograma de puntajes factoriales para Gestión de mercado-cliente .....   | 68 |
| Figura 16. Histograma de puntajes factoriales para Impacto Social y Desarrollo.....   | 72 |
| Figura 17. Histograma de puntajes factoriales para Evaluación de beneficios .....     | 76 |
| Figura 18. Modelo de competitividad turística.....                                    | 80 |
| Figura 19. Histograma de puntajes factoriales para calificación global .....          | 82 |

# ÍNDICE DE TABLAS

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Tabla 1.  | Características de los servicios turísticos.....  | 2  |
| Tabla 2.  | Empresas por ubicación geográfica .....   | 20 |
| Tabla 3.  | Tamaño empresa .....  | 20 |
| Tabla 4.  | Giro de la empresa .....  | 21 |
| Tabla 5.  | Antigüedad empresa .....  | 21 |
| Tabla 6.  | Años experiencia ejecutivo más alto .....   | 22 |
| Tabla 7.  | Tipo de propiedad .....   | 22 |
| Tabla 8.  | Tipo de registro de empresa.....  | 23 |
| Tabla 9.  | Inscrita a asociaciones o grupos.....   | 23 |
| Tabla 10. | Porcentaje clientes residentes locales.....   | 24 |
| Tabla 11. | Empresa con vocación turística.....   | 25 |
| Tabla 12. | Razón principal vocación turística .....  | 25 |
| Tabla 13. | Tipo recurso turístico más cercano .....  | 26 |
| Tabla 14. | Volumen de ventas anuales.....  | 27 |
| Tabla 15. | Resumen de la Información sobre el ajuste del AFE<br>Características y vocación turística.....              | 36 |
| Tabla 16. | Matriz de cargas del Análisis factorial exploratorio Dimensión<br>Características y vocación turística..... | 37 |

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Tabla 17. | Resumen de la Información sobre el ajuste del AFE Gestión de rutinas y procesos.....  | 38 |
| Tabla 18. | Matriz de Cargas del Análisis factorial exploratorio Dimensión Gestión de rutinas y procesos.....   | 39 |
| Tabla 19. | Resumen de la Información sobre el ajuste del AFE Mejora Continua .....   | 40 |
| Tabla 20. | Matriz de Cargas del Análisis factorial exploratorio Dimensión mejora continua .....  | 40 |
| Tabla 21. | Resumen de la Información sobre el ajuste del AFE Gestión Matriz de Cargas del Análisis factorial exploratorio Gestión del capital humano ..... | 42 |
| Tabla 22. | Resumen de la Información sobre el ajuste del AFE Gestión del mercado-cliente.....  | 43 |
| Tabla 23. | Matriz de Cargas del Análisis factorial exploratorio Gestión del mercado-cliente.....   | 44 |
| Tabla 24. | Resumen de la Información sobre el ajuste del AFE Oportunidad de impacto social y desarrollo.....   | 45 |
| Tabla 25. | Matriz de Cargas del Análisis factorial exploratorio Oportunidad de impacto social y desarrollo.....  | 46 |
| Tabla 26. | Resumen de la Información sobre el ajuste del AFE Evaluación de beneficios .....  | 47 |
| Tabla 27. | Matriz de Cargas del Análisis factorial exploratorio Evaluación de beneficios.....  | 48 |
| Tabla 28. | Resultados del Análisis factorial confirmatorio Características y vocación turística .....  | 52 |
| Tabla 29. | Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Características y vocación turística.....  | 54 |
| Tabla 30. | Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje Características y vocación turística .....  | 54 |
| Tabla 31. | Ordenamiento de las empresas con el menor puntaje Características y vocación turística .....  | 55 |
| Tabla 32. | Resultados del Análisis factorial confirmatorio para Gestión de rutinas y procesos .....  | 56 |
| Tabla 33. | Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Gestión de rutinas y procesos .....  | 57 |
| Tabla 34. | Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje Gestión de rutinas y procesos .....   | 58 |
| Tabla 35. | Ordenamiento de las empresas con puntajes en el percentil menor que 0.25 para Gestión de rutinas y procesos.....                                | 58 |

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Tabla 36. | Resultados del Análisis factorial confirmatorio para Gestión de mejora continua.....                          | 60 |
| Tabla 37. | Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Gestión de mejora continua.....                    | 61 |
| Tabla 38. | Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje Gestión de mejora continua .....                            | 62 |
| Tabla 39. | Ordenamiento de las empresas con el menor puntaje Gestión de mejora continua .....                            | 62 |
| Tabla 40. | Resultados del Análisis factorial confirmatorio para Gestión de capital humano .....                          | 63 |
| Tabla 41. | Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Gestión de capital humano .....                    | 65 |
| Tabla 42. | Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje Gestión de capital humano .....                             | 65 |
| Tabla 43. | Ordenamiento de las empresas con puntajes en el percentil menor que 0.25 para Gestión de capital humano ..... | 66 |
| Tabla 44. | Resultados del Análisis factorial confirmatorio para Gestión de mercado-cliente.....                          | 67 |
| Tabla 45. | Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Gestión de mercado-cliente .....                   | 68 |
| Tabla 46. | Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje Gestión de mercado-cliente.....                             | 69 |
| Tabla 47. | Ordenamiento de las empresas con el menor puntaje Gestión de mercado-cliente.....                             | 69 |
| Tabla 48. | Resultados del Análisis factorial confirmatorio para Oportunidad de impacto social y desarrollo.....          | 70 |
| Tabla 49. | Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Oportunidad de impacto social y desarrollo.....    | 72 |
| Tabla 50. | Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje Oportunidad de impacto social y desarrollo.....             | 73 |
| Tabla 51. | Ordenamiento de las empresas con el menor puntaje Oportunidad de impacto social y desarrollo.....             | 73 |
| Tabla 52. | Resultados del Análisis factorial confirmatorio para Evaluación de beneficios .....                           | 75 |
| Tabla 53. | Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Evaluación de beneficios .....                     | 76 |
| Tabla 54. | Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje Evaluación de beneficios .....                              | 77 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 55. Ordenamiento de las empresas con el menor puntaje Evaluación de beneficios.....         | 77  |
| Tabla 56. Resultados del Análisis factorial confirmatorio para Calificación global.....           | 81  |
| Tabla 57. Estadísticos descriptivos de los puntajes factoriales para Calificación global.....     | 82  |
| Tabla 58. Ordenamiento de las empresas con el mayor puntaje para Calificación global.....         | 83  |
| Tabla 59. Ordenamiento de las empresas con el menor puntaje para Calificación global.....         | 84  |
| Tabla 60. Ordenamiento de las empresas con base al puntaje global de competitividad .....         | 85  |
| Tabla 61. Valores promedios por clase latente .....   | 93  |
| Tabla 62. Ordenamiento de las empresas con base al Puntaje global de competitividad: México ..... | 93  |
| Tabla 63. Ordenamiento de las empresas con base al puntaje global de competitividad: Perú.....    | 98  |
| Tabla 64. Modificaciones al instrumento de medición.....  | 111 |

## RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del proyecto «Medición de competitividad para empresas turísticas en México y Perú; oportunidad de impacto social y desarrollo», muestra los resultados de la prueba empírica, en la cual se aplicó la metodología de medición sustentada en el modelo de Análisis Factorial Confirmatorio para lograr la validación del modelo teórico y del instrumento de medición de la competitividad.

Para el planteamiento del modelo teórico se realizó una revisión de literatura exhaustiva y con base a ello se desarrollaron las preguntas del instrumento de medición, ordenadas en siete dimensiones. Posteriormente, se hizo un planteamiento del modelo teórico a evaluar mediante prueba empírica para medir la competitividad de empresas turísticas.

Para la realización del análisis factorial confirmatorio es necesario el desarrollo del análisis factorial exploratorio, el cual tiene como objetivo identificar las preguntas o ítems del cuestionario denominado «instrumento de medición de la competitividad», con la finalidad de reducir las preguntas en cantidad total e incrementar su confiabilidad. Para tal efecto se realizó el análisis por cada una de las dimensiones de la competitividad, conforme al modelo teórico propuesto, identificando aquellas variables o preguntas que tienen un peso o una carga relativamente baja, procediendo a su eliminación, previa verificación con la teoría, es decir, se considera que la contribución de una pregunta no es relevante para la medición de la competitividad o existen otras preguntas que pueden medir lo mismo. A continuación, se aplica el coeficiente de Alfa de Cronbach, cuyos valores

en todas las dimensiones fueron superiores al 0,7, lo que refleja niveles satisfactorios de confiabilidad.

Posteriormente, se procedió al análisis factorial confirmatorio de primer orden; este tiene como objetivo estimar los puntajes de cada empresa por cada dimensión, permitiendo identificar sus fortalezas y debilidades; luego, se realizó el análisis factorial de segundo orden, consistente en estimar el índice o puntaje global de medición de competitividad de las empresas a partir de los puntajes o las denominadas cargas factoriales de cada dimensión, con lo cual se obtiene un ordenamiento (ranking) de las empresas y se conoce su grado de competitividad.

Resumiendo, con base en la metodología de medición se lograron los resultados descritos en este libro.

En los anexos se presentan las tablas de los análisis descriptivos de las preguntas o variables del cuestionario denominado Instrumento de Medición de la Competitividad; el detalle de los resultados del análisis factorial exploratorio (AFE), por cada una de las dimensiones del modelo de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos; el detalle del análisis factorial confirmatorio (AFC) de primer orden, con sus corridas y resultados; así como el índice global de la medición de la competitividad que corresponde al análisis factorial del segundo orden.



# INTRODUCCIÓN

La actividad turística desarrollada durante el siglo XX en naciones como México y Perú, derivó en un volumen alto de oferta turística, representado principalmente por empresas medianas y pequeñas, dispersas tanto geográficamente como por el tipo de empresa y de producto que ofrecen.

En particular, en las naciones con alta participación del turismo en el PIB y economías en desarrollo como son México y Perú, la permanencia y crecimiento de las empresas turísticas tiene un fuerte efecto sobre la economía en términos de empleo, ingreso e incluso del dinamismo económico en las regiones en donde opera. Es por este motivo que investigar sobre la competitividad de empresas turísticas y la forma de medirla es relevante.

Mediante la investigación presentada en este libro, se busca impactar en tres comunidades que tienen potencial para generar cambios positivos en competitividad turística en México y en Perú. La primera es la comunidad de investigadores que trabajan con el hecho turístico, a quienes se les presenta la metodología general como una propuesta útil para desarrollar otros trabajos de investigación científica que contribuyan a generar soluciones ante los retos y necesidades que enfrenta el turismo. La segunda comunidad es la de académicos, quienes, como parte de la docencia, realizan análisis cuantitativos con los estudiantes de posgrado o de grado y para quienes proponemos el análisis factorial como uno de los métodos multivariados especialmente pertinente para el estudio de fenómenos sociales. La

tercera comunidad a la que está dirigido este libro, es la de empresarios a quienes el índice de competitividad turística, se les presenta como una propuesta para identificar brechas e implementar acciones que favorezcan su reducción y la mejora continua.

Para hablar de competitividad es conveniente tener presente que el concepto involucra una gran cantidad de variables, lo que dificulta su estudio. Así lo demuestra la multiplicidad de definiciones que intentan dar cuenta o resumirlo (Alonso-Almeida *et al.*, 2015; Bernal *et al.*, 2019; Cetindamar y Kilitcioglu, 2013; Contreras *et al.* 2018; Evans, 2016; Falciola *et al.*, 2020; Flak y Głód, 2015; Gárdan *et al.*, 2020; González y Ruiz, 2014; Ibarra *et al.* 2017; Kožená y Chládek, 2012; Nyanga *et al.*, 2020. En este sentido podemos hablar de competitividad en las empresas (Nguyen *et al.*, 2021) a diversos niveles como son industria, sector, región económica o país.

El análisis de competitividad debe considerar el método que permite operacionalizarlo, además de conocer la unidad de análisis con la cual se aplicará la medición. Asimismo, se debe tener en cuenta la selección de los indicadores a utilizar para la medición ya que este concepto es de naturaleza multidimensional (Bianco, 2007).

En el contexto de crisis por la pandemia iniciada en 2020, la competitividad es un tema que nuevamente ha cobrado importancia; no obstante, los análisis cualitativos que miden percepciones como Gárdan *et al.* (2020) son comunes en la literatura. Así, es posible encontrar una mayoría de investigaciones cualitativas, con modelos propuestos para medir la competitividad, pero sin operacionalización de variables y, menos aún, con medidas cuantitativas y técnicas multivariadas (Alonso-Almeida *et al.*, 2018; Contreras *et al.*, 2018; Evans, 2016; Ibarra *et al.*, 2017; Iraldo *et al.*, 2017). Más aún, existen pocas investigaciones sobre la competitividad de las empresas turísticas en México y en Perú (Bernal *et al.*, 2019; Molina *et al.*, 2018).

La competitividad es un concepto que debe considerar, para su análisis, múltiples dimensiones y relaciones, las cuales van desde su definición hasta la relevancia de las políticas públicas, pasando por su alcance, medición y conocimiento de sus causas, componentes, variables e indicadores. En este sentido es posible encontrar estudios correlacionales que no son suficientes para mostrar la forma como se relacionan todas las variables implicadas (Flak y Głód, 2015).

El objetivo de este trabajo es proponer y validar un modelo para medir la competitividad de las empresas turísticas, basado en el análisis factorial, con el fin de desarrollar un índice de competitividad de las empresas turísticas en México y en Perú.