

**EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL TURISMO: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO  
DE TENDENCIAS DIGITALES**  
**THE IMPACT OF TECHNOLOGY ON TOURISM: A BIBLIOMETRIC STUDY OF  
DIGITAL TRENDS**

**Autores: <sup>1</sup>Miossotty Katherine Naranjo Kean Chong, <sup>2</sup>Franklin Henry Soriano Gonzabay, <sup>3</sup>  
Leandro Feliciano De La A Domínguez y <sup>4</sup>Genesis Mariana Cevallos Pionce.**

<sup>1</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6599-303X>

<sup>2</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-6529-2291>

<sup>3</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-1787-633X>

<sup>4</sup>ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-1742-409X>

<sup>1</sup>E-mail de contacto: [mnaranjok2@unemi.edu.ec](mailto:mnaranjok2@unemi.edu.ec)

<sup>2</sup>E-mail de contacto: [fsorianog2@unemi.edu.ec](mailto:fsorianog2@unemi.edu.ec)

<sup>3</sup>E-mail de contacto: [delaaaleandro1973@hotmail.com](mailto:delaaaleandro1973@hotmail.com)

<sup>4</sup>E-mail de contacto: [gcevallosp3@unemi.edu.ec](mailto:gcevallosp3@unemi.edu.ec)

Afiliación: <sup>1</sup>\*<sup>2</sup>\*<sup>4</sup>\*Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).<sup>3</sup>\* Investigador independiente, (Ecuador).

Artículo recibido: 31 de Enero del 2025

Artículo revisado: 1 de Febrero del 2025

Artículo aprobado: 18 de Marzo del 2025

<sup>1</sup>Ingeniera comercial, mención en Talento Humano egresada de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador) con 15 años de experiencia Laboral. Magister en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas egresada de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).

<sup>2</sup>Economista egresado de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador) con 10 años de experiencia Laboral; Maestrante de la maestría de Economía de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).

<sup>3</sup>Licenciado en Ciencias de la Educación especialización Psicología Educativa y Orientación Vocacional en la Universidad Técnica de Machala, (Ecuador). Magister en Pedagogía, en la Universidad Técnica Particular de Loja, (Ecuador).

<sup>4</sup>Economista egresado de Universidad Estatal del Sur de Manabí (Ecuador) con 6 años de experiencia laboral. Maestrante de la maestría de Economía de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).

### **Resumen**

Este estudio explora la tendencia del "Turismo digital y tecnología" mediante un análisis bibliométrico realizado en la base de datos Scopus. El turismo digital ha sido transformado por innovaciones tecnológicas como aplicaciones móviles, inteligencia artificial, realidad virtual y aumentada, y plataformas de reserva en línea. Estas herramientas están mejorando la experiencia del viajero, permitiendo una mayor personalización de los servicios y una gestión más eficiente de los destinos turísticos. Además, la tecnología facilita la creación de experiencias más inmersivas y la interacción inmediata entre turistas y servicios. Las publicaciones recientes muestran un creciente interés en cómo las tecnologías emergentes están optimizando la gestión del sector y mejorando la eficiencia operativa, desde el uso de plataformas de pago sin contacto hasta la implementación de soluciones tecnológicas para la sostenibilidad. El estudio incluye análisis de co-ocurrencia de palabras clave, co-citación, revistas y

coautoría. Los resultados del análisis destacan las tendencias más influyentes dentro del turismo, señalando las revistas, artículos, autores, temas, palabras clave y países de mayor relevancia. Asimismo, se llevó a cabo un análisis de contenido mediante acoplamiento bibliográfico de documentos, con el fin de identificar los temas principales agrupados en clústeres jerárquicos, relacionados con el sector turístico. La revisión meta-analítica se realizó bajo la metodología PRISMA. Las instituciones líderes en este campo incluyen universidades de China, Estados Unidos, Reino Unido e India, que se destacan por su producción científica en el uso de la tecnología dentro del turismo. Estos avances tecnológicos no solo están redefiniendo la forma en que los turistas planifican y viven sus viajes, sino también cómo las empresas turísticas gestionan y personalizan sus servicios. Los resultados subrayan la importancia de integrar la tecnología de manera estratégica para mejorar la competitividad, la sostenibilidad y la eficiencia en el sector. Estos hallazgos ofrecen una base sólida para futuras investigaciones en

la intersección del turismo y las tecnologías digitales.

**Palabras clave: Alfabetización, Tecnología, Comportamiento Financiero, Turismo.**

#### **Abstract**

Digital tourism has been transformed by technological innovations such as mobile applications, artificial intelligence, virtual and augmented reality, and online booking platforms. These tools are enhancing the traveler's experience by enabling greater service personalization and more efficient management of tourist destinations. Additionally, technology facilitates the creation of more immersive experiences and immediate interaction between tourists and services. Recent publications show a growing interest in how emerging technologies are optimizing sector management and improving operational efficiency, from the use of contactless payment platforms to the implementation of technological solutions for sustainability. The study includes analyses of keyword co-occurrence, co-citation, journals, and co-authorship. The analysis results highlight the most influential trends in tourism, identifying the most relevant journals, articles, authors, topics, keywords, and countries. Furthermore, a content analysis was carried out through bibliographic coupling of documents to identify the main topics grouped into hierarchical clusters related to the tourism sector. The meta-analytical review was conducted following the PRISMA methodology. Leading institutions in this field include universities from China, the United States, the United Kingdom, and India, which stand out for their scientific production on the use of technology in tourism. These technological advances are not only redefining how tourists plan and experience their trips but also how tourism businesses manage and personalize their services. The results emphasize the importance of strategically integrating technology to improve competitiveness, sustainability, and efficiency in the sector. These findings provide a solid foundation for future research at the

intersection of tourism and digital technologies.

**Keywords: Literacy, Technology, Financial Behavior, Tourism.**

#### **Sumário**

O turismo digital tem sido transformado por inovações tecnológicas, como aplicativos móveis, inteligência artificial, realidade virtual e aumentada, e plataformas de reserva online. Essas ferramentas estão aprimorando a experiência do viajante, permitindo maior personalização dos serviços e uma gestão mais eficiente dos destinos turísticos. Além disso, a tecnologia facilita a criação de experiências mais imersivas e a interação imediata entre turistas e serviços. As publicações recentes mostram um interesse crescente em como as tecnologias emergentes estão otimizando a gestão do setor e melhorando a eficiência operacional, desde o uso de plataformas de pagamento sem contato até a implementação de soluções tecnológicas para a sustentabilidade. O estudo inclui análises de coocorrência de palavras-chave, cocitação, periódicos e coautoria. Os resultados da análise destacam as tendências mais influentes dentro do turismo, apontando as revistas, artigos, autores, temas, palavras-chave e países de maior relevância. Além disso, foi realizada uma análise de conteúdo por meio do acoplamento bibliográfico de documentos, a fim de identificar os principais temas agrupados em clusters hierárquicos relacionados ao setor turístico. A revisão meta-analítica foi conduzida seguindo a metodologia PRISMA. As instituições líderes nesse campo incluem universidades da China, Estados Unidos, Reino Unido e Índia, que se destacam pela produção científica no uso da tecnologia no turismo. Esses avanços tecnológicos não apenas estão redefinindo a forma como os turistas planejam e vivenciam suas viagens, mas também como as empresas turísticas gerenciam e personalizam seus serviços. Os resultados ressaltam a importância de integrar a tecnologia de maneira estratégica para melhorar a competitividade, a sustentabilidade e a eficiência no setor. Esses achados oferecem

uma base sólida para futuras pesquisas na interseção entre turismo e tecnologias digitais.  
**Palavras-chave: Alfabetização, Tecnologia, Comportamento Financeiro, Turismo.**

### **Introducción**

La investigación sobre la gestión estratégica es esencial para entender por qué las empresas turísticas logran distintos niveles de rentabilidad (Kaur & Singh, 2024; Vlaev & Elliott, 2013). En este contexto, diversos estudios han explorado los factores que influyen en el rendimiento empresarial dentro del sector turístico, tales como los recursos internos de las empresas (efecto de la firma) y su pertenencia a una industria específica (efecto de la industria) (Matias et al., 2018; Chen et al., 2018). Además, se han considerado otros efectos, como el impacto corporativo (Hough, 2005; Misangyi et al., 2006) y el efecto del grupo estratégico (González-Fidalgo & Ventura-Victoria, 2002). Sin embargo, la competitividad y rentabilidad de las empresas turísticas dependen en gran medida de sus decisiones estratégicas.

La incorporación de nuevas actividades y líneas de negocio en las operaciones turísticas ha dejado de ser una opción para convertirse en una necesidad estratégica (Ngamaba et al., 2020). Este proceso es fundamental para transformar y mantener a las empresas turísticas como entidades dinámicas, capaces de adaptarse a los cambios del mercado y asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo (Zapata et al., 2019). No obstante, la definición de estos procesos varía en función de las disciplinas. La comunidad científica generalmente define el bienestar financiero de las empresas turísticas como un constructo compuesto por aspectos objetivos y subjetivos (Elbadry et al., 2010), las organizaciones turísticas han enfrentado grandes desafíos para mejorar la competitividad de sus productos en

un mercado globalizado y en constante evolución durante las últimas décadas.

La realidad empresarial en el sector turístico ha generado la necesidad de implementar esfuerzos estratégicos que permitan a las organizaciones adaptarse y responder de manera eficaz a las demandas del entorno. En este contexto, la globalización ha avanzado rápidamente, impulsando el desarrollo del turismo en diferentes países y resaltando la creciente importancia de la innovación en tecnología como una clave para lograr un mayor éxito económico dentro del sector turístico (Mireku et al., 2023). Desde la perspectiva de la innovación al sector turístico le permite obtener la confianza de los inversores, la asimetría de información y la calidad del gobierno corporativo (Choowan et al., 2024). En este contexto, la innovación es la puerta de la diversificación de la cartera de productos turísticos que emerge como una estrategia para aumentar la rentabilidad y consolidar una posición competitiva en el mercado (Goerzen & Beamish, 2005).

Estudios previos (Achrol & Stern, 1988; Rindfleisch & Moorman, 2001) han documentado los beneficios de la innovación como clave en la diversificación en términos de rentabilidad y comportamiento financiero en el ámbito turístico. Algunos argumentan que una mayor diversificación puede llevar a una mejor distribución del riesgo y expansión del mercado, lo que favorece la estabilidad y el aumento de las ganancias en empresas turísticas (Cui & O'Connor, 2012). Sin embargo, investigaciones más recientes sugieren que un enfoque excesivo en la diversificación podría diluir los recursos y capacidades de la empresa turística, lo que resultaría en menor eficiencia y posibles pérdidas (Estrin et al., 2024; Zapata et al., 2019). Estas perspectivas teóricas han dado

lugar a un debate académico, destacando la necesidad de realizar investigaciones empíricas que examinen bajo qué condiciones la innovación genera beneficios tangibles en las empresas turísticas.

Este artículo presenta una revisión de la literatura sobre el impacto de la tecnología en el turismo y describe la metodología empleada, que incluye una revisión meta-analítica basada en PRISMA y el uso de VOSviewer para crear un mapa científico del material bibliográfico. Se realiza un análisis de clúster jerárquico para medir el impacto de la producción científica enfocado al sector turístico y los factores moderadores en contextos específicos. El objetivo principal de la investigación es identificar y analizar las tendencias emergentes en el turismo digital y la tecnología a través de un enfoque bibliométrico. Identificar las principales áreas de investigación, los autores clave, las instituciones más productivas y los países con mayor aporte, así como las tecnologías que están transformando el sector turístico. El estudio busca proporcionar percepciones para guiar políticas y estrategias que promuevan una mayor innovación en el sector turístico, fomentando un turismo más sostenible.

### **Materiales y Métodos**

Para realizar un análisis integral, se llevó a cabo una búsqueda de literatura relevante en bases de datos académicas clave como Web of Science y Scopus, desde el 2020 al 2024. En esta búsqueda, se emplearon combinaciones específicas de palabras clave relacionadas con el tema. La estrategia de búsqueda se desarrolló en dos fases. Inicialmente, se utilizaron términos como "Turismo digital y tecnología, rentabilidad empresarial" y "comportamiento financiero", y se priorizó la relevancia de los

artículos encontrados, los cuales debían aparecer en el título, resumen o palabras clave.

Utilizando el método PRISMA se procedió tras la búsqueda en las bases de datos los artículos más relevantes, excluyendo duplicados, irrelevantes o sin acceso completo al texto. Los artículos seleccionados fueron analizados para identificar patrones clave, con el objetivo de identificar factores determinantes. Luego para validar los resultados, se utiliza el software VOSviewer, especializado en la visualización y análisis de redes bibliográficas. Finalmente, se presentaron los resultados en términos de los enfoques más relevantes encontrados en la literatura, incluyendo estudios de caso, modelos de análisis de rentabilidad y las mejores prácticas para la evaluación de proyectos de inversión. El objetivo de esta revisión meta-analítica es proporcionar una visión comprensiva de cómo la rentabilidad empresarial y el comportamiento financiero influyen en la toma de decisiones en inversiones empresariales dentro de mercados dinámicos y altamente competitivos.

### **Revisión de Alcance**

Para seleccionar y clasificar publicaciones académicas, se utilizan criterios como relevancia temática, tipo de documento, limitaciones temporales y el idioma, priorizando estudios revisados por pares y recientes. La base de datos SCOPUS se utilizó para identificar y clasificar las investigaciones más relevantes según revistas, artículos, autores. La selección de publicaciones académicas se fundamentó en criterios como relevancia temática, tipo de documento y limitaciones temporales, priorizando estudios recientes revisados por pares.

**Tabla 1. Criterios de exclusión publicaciones**

Criterio	Descripción
<b>Criterios de Inclusión</b>	
Relevancia temática	Artículos directamente relacionados con el tema de interés (Turismo digital y tecnología rentabilidad empresarial, comportamiento financiero en la evaluación de proyectos de inversión).
Rango temporal	Publicaciones recientes (2020-2024)
Tipo de documento	Artículos revisados por pares, revisiones sistemáticas, estudios empíricos.
<b>Criterios de Exclusión</b>	
Fuera de tema	Artículos que mencionan el tema sin profundizar en el enfoque central.
Artículos duplicados	Publicaciones duplicadas o ya incluidas en otras fuentes.
Revistas de bajo impacto	Artículos de revistas con clasificación baja o fuera de los primeros cuartiles de SCOPUS, WEB OF SCIENCE
<b>Métricas de Evaluación</b>	
Cuartiles SCOPUS (Q1-Q4)	Se prefieren artículos de revistas clasificadas en Q1, Q2, Q3.
Índice H	Indicador de productividad e impacto del autor o revista, donde un índice H alto refleja alta influencia.
Número de citas	Artículos con mayor número de citas, lo que sugiere un impacto amplio en la comunidad científica.
SJR (Scimago Journal Rank)	Se pondera las citas según la importancia de las fuentes citantes.

Fuente: Criterios coeficiente de ANOCHI

Se aplicó la metodología PRISMA para refinar un total de 21,374 documentos, limitándolos a artículos publicados entre 2010 y 2024. Después de un proceso de filtrado, se seleccionaron 1,587 artículos, de los cuales 253 fueron considerados relevantes tras una revisión manual. Finalmente, se eligieron y revisaron 60 publicaciones. (Figura 1).

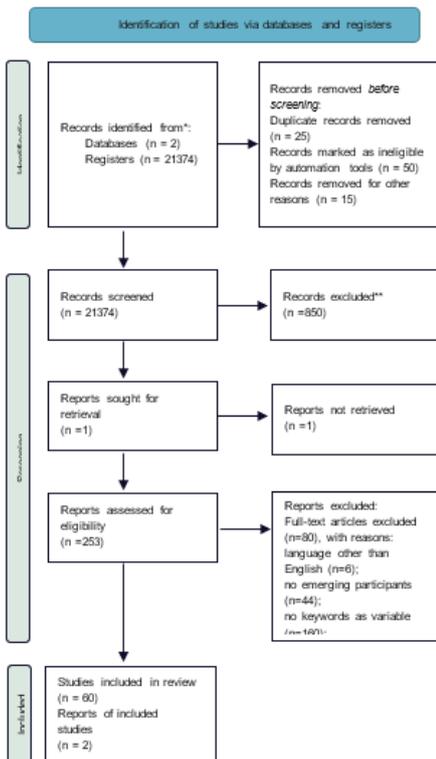
Esta primera sección de mapeo se organizó según criterios clave relacionados con los temas de publicación, incluyendo la base de datos, el año de publicación, el formato y el campo disciplinario

### Resultados y Discusión

#### Tendencia de publicaciones

El objetivo de este estudio es identificar tendencias, evaluar el impacto de las publicaciones y examinar los patrones de colaboración en el campo de la deserción estudiantil. Para ello, se realizó un análisis bibliométrico utilizando VOSviewer, La Fig. 2 muestra el gráfico de visualización de densidad del análisis de palabras clave, relacionadas con rentabilidad y comportamiento financiero los términos más recurrentes, refleja una clara tendencia en la investigación actual sobre estos temas. Este análisis bibliométrico permite identificar los conceptos clave que predominan en la literatura académica, facilitando la identificación de las áreas de mayor interés dentro del campo.

La Figura 2 muestra un mapa de nube de palabras generado con MAXQDA 2.4, destacando las palabras clave más frecuentes sobre rentabilidad y comportamiento financiero. Este análisis permite identificar

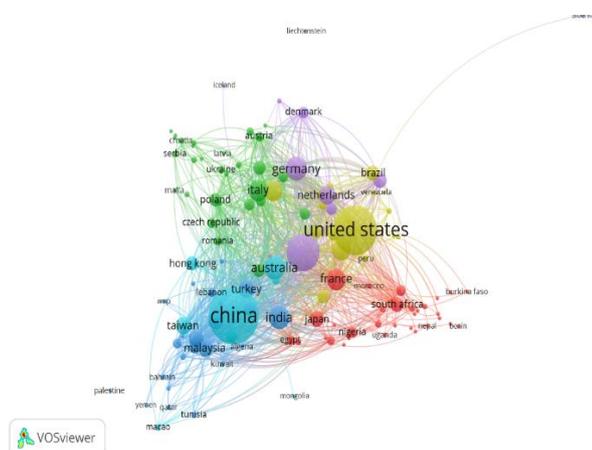


**Figura 1. Metodología PRISMA**



Subramanian, & Verdin, 2003; Hawawini, Subramanian, & Verdin, 2003b; Goerzen & Beamish, 2005).

En esta sección, se emplea VOSviewer para analizar co-citaciones, coautorías y palabras clave, generando mapas de redes que permiten visualizar relaciones y tendencias. A continuación, se presentan los resultados, destacando las principales tendencias de publicación, el impacto de las citas y los patrones de colaboración.

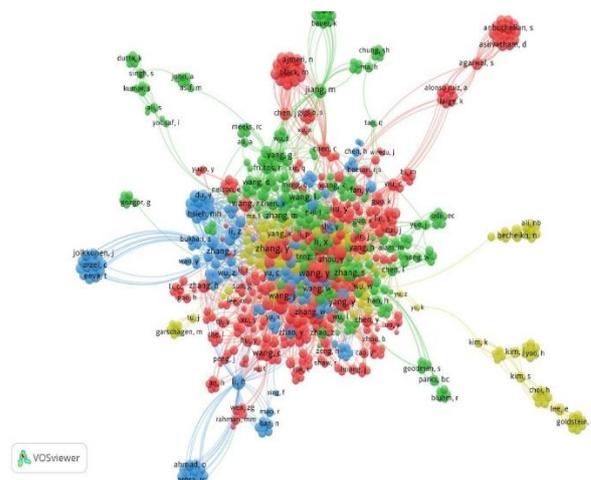


**Figura 4.** Regiones geográficas con mayor número de Publicaciones.

Fuente: Elaboración Propia

En la figura 4. se proporciona la producción por país donde China lidera el ranking con 2,625 documentos y 5,566 citas, seguida de cerca por Estados Unidos con 2,609 documentos y 4,178 citas, lo que indica una gran productividad y alto impacto en la ciencia. El Reino Unido ocupa el tercer lugar con 2,210 documentos y 2,215 citas, destacándose por su alto ratio de citas por documento. Alemania y Australia, con 937 y 957 documentos respectivamente, siguen en la cuarta y quinta posición, con citas de 897 y 891. India, con 661 documentos y 802 citas, se encuentra en el sexto puesto, mientras que Canadá, con 746 documentos y 712 citas, ocupa la séptima posición. Italia, con 696 documentos y 699 citas, y Francia, con 862 documentos y

674 citas, ocupan el octavo y noveno lugar, respectivamente, mostrando una producción científica notable, aunque con menos citas. Finalmente, España, con 539 documentos y 625 citas, cierra el ranking, reflejando una contribución científica respetable, pero con un número de citas relativamente bajo en comparación con otros países



**Figura 5.** Visualización en red de los autores con mayor número de co-citation

Fuente: Elaboración Propia

La Figura 5 muestra la visualización de la red de autores con el mayor número de artículos publicados y co-citation. Al preparar la visualización de la red, se incluyeron los autores con al menos tres artículos en el proceso. En el resultado de la visualización, cada término se muestra mediante un círculo. El diámetro del círculo y el tamaño de la etiqueta reflejan la frecuencia con la que aparecen las palabras clave. Cuanto mayor es el círculo, más veces se presenta el término.

### Conclusiones

La digitalización ha expandido las fronteras de las operaciones económicas, en este contexto, la rentabilidad empresarial y el comportamiento financiero son factores esenciales para tomar decisiones de inversión informadas. Este estudio tiene como objetivo ofrecer una visión

integral de la literatura existente sobre la rentabilidad empresarial y el comportamiento financiero en la evaluación de proyectos enfocados al turismo, analizando cómo estos factores impactan el desempeño de las empresas en mercados competitivos. Para comprender el marco conceptual de estos elementos, se utilizó una combinación de análisis bibliométrico y meta-análisis, centrado en artículos académicos de bases de datos como Scopus.

La investigación sobre los temas referentes a modelos de rentabilidad empresarial y el comportamiento financiero ha mostrado un crecimiento continuo, lo que refleja un progresivo interés por parte de académicos y expertos en los últimos años. Este aumento señala la importancia de estos factores en la evaluación de proyectos de inversión, los cuales también se ven influenciados por las nuevas tecnologías y la globalización. La investigación muestra que la rentabilidad empresarial y el comportamiento financiero, comúnmente evaluados mediante indicadores y el análisis de riesgos, son fundamentales para la toma de decisiones en entornos competitivos, donde las empresas deben maximizar su eficiencia para sobresalir en mercados saturados.

Este estudio destaca que, en países como China, Estados Unidos, Reino Unido e India, la investigación en este campo ha crecido de manera significativa, lo que acentúa la relevancia de la investigación para las economías globales. En particular, China lidera con 2625 documentos y 5566 citas, seguida de Estados Unidos con 2609 documentos y 4178 citas, reflejando el fuerte interés y desarrollo de la investigación en estos temas tanto en economías avanzadas como emergentes. A través del análisis de palabras clave y redes de citación, se han identificado áreas clave de investigación, como la evaluación de riesgos

financieros, la rentabilidad en proyectos de infraestructura y el uso de herramientas financieras avanzadas para optimizar los rendimientos.

### **Referencias Bibliográficas**

- Achrol, S., & Stern, W. (1988). Environmental Determinants of Decision-Making Uncertainty in Marketing Channels. *Journal of Marketing Research*, 25(1), 36-50. <https://doi.org/10.1177/002224378802500104>
- Chen, C., Hung, S., & Lee, C. (2018). Corporate Social Responsibility and Firm Idiosyncratic Risk in Different Market States. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 642-658. <https://doi.org/10.1002/csr.1483>
- Chakrabarti, R., Kulwant, B., & Mahmood, I. (2007). Diversification and Firm Performance: Evidence from India. *Indian Journal of Economics and Business*, 6(2), 179-190.
- Choowan, P., Daovisan, H., & Suwanwong, C. (2024b). Effects of Financial Literacy and Financial Behavior on Financial Well-Being: Meta-Analytical Review of Experimental Studies. *International Journal Of Financial Studies*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.3390/ijfs13010001>
- Cui, S., & O'Connor, G. (2012). Alliance Portfolio Resource Diversity and Firm Innovation. *Journal of Marketing*, 76(4), 24-43. <https://doi.org/10.1509/jm.11.0130>
- Estrin, S., Hanousek, J., & Shamshur, A. (2024). Does it matter who owns firms? Evidence on the impact of supermajority control on private firms in Europe. *International Review of Financial Analysis*, 95, 103427. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103427>
- Grant, M., & Jammine, A. (1988). The Diversification-Performance Relationship: The Moderating Effect of Organizational Slack. *Academy of Management Journal*, 31(4), 1033-1052. <https://doi.org/10.2307/256341>

- Goerzen, A., & Beamish, W. (2005). The effect of alliance network diversity on multinational enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 26(4), 333-354. <https://doi.org/10.1002/smj.447>
- Hough, R. (2005). Business segment performance redux: a multilevel approach. *Strategic Management Journal*, 27(1), 45-61. <https://doi.org/10.1002/smj.498>
- Hough, R. (2006). Business Segment Performance Redux: A Multilevel approach. *Strategic Management Journal*, 27(1), 45-61. <https://www.jstor.org/stable/20142315>
- Johnson, L., Sohi, S., & Grewal, R. (2004). The Role of Relational Knowledge Stores in Interfirm Partnering. *Journal Of Marketing*, 68(3), 21-36. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.3.21.34765>
- Misangyi, F., Elms, H., Greckhamer, T., & Lepine, A. (2006). A new perspective on a fundamental debate: a multilevel approach to industry, corporate, and business unit effects. *Strategic Management Journal*, 27(6), 571-590. <https://doi.org/10.1002/smj.530>
- Rindfleisch, A., & Moorman, C. (2001). The Acquisition and Utilization of Information in New Product Alliances: A Strength-of-Ties Perspective. *Journal Of Marketing*, 65(2), 1-18. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.1.18253>
- Short, C. (2007). Toward Greater Integration of the Resource-Based View and Strategic Groups Research: An Illustration Using Random Coefficients Modeling. En *Research methodology in strategy and management* (pp. 75-100). [https://doi.org/10.1016/s1479-8387\(07\)04004-0](https://doi.org/10.1016/s1479-8387(07)04004-0)
- Short, C., McKelvie, A., Ketchen, J., & Chandler, N. (2009). Firm and industry effects on firm performance: A generalization and extension for new ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(1), 47-65. <https://doi.org/10.1002/sej.53>
- Vassolo, S., Anand, J., & Folta, B. (2004). Non - additivity in portfolios of exploration activities: a real options - based analysis of equity alliances in biotechnology. *Strategic Management Journal*, 25(11), 1045-1061. <https://doi.org/10.1002/smj.414>
- Xiao, X., & Greenwood, R. (2004). A Resource-Based View of the Diversification-Performance Relationship. *Academy of Management Review*, 29(3), 512-532. <https://doi.org/10.5465/amr.2004.13767589>
- Xing, M., & Lee, S. (2024). Profitable environmental corporate social responsibility under managers' relative profit performance competition. *Bulletin Of Economic Research*. <https://doi.org/10.1111/boer.12452>
- Yayla, A., & Hu, Q. (2011). The impact of IT-business strategic alignment on firm performance in a developing country setting: exploring moderating roles of environmental uncertainty and strategic orientation. *European Journal Of Information Systems*, 21(4), 373-387. <https://doi.org/10.1057/ejis.2011.52>
- Zimmerman, J. (2000). Attaining Self-Regulation. En *Elsevier eBooks* (pp. 13-39). <https://doi.org/10.1016/b978-012109890-2/50031-70>.



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional. Copyright © Miossotty Naranjo Kean Chong, Franklin Henry Soriano Gonzabay, Leandro Feliciano De La A Domínguez y Genesis Mariana Cevallos Pionce.

