

# COMPETITIVIDAD DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LAS CIUDADES MEXICANAS PATRIMONIO MUNDIAL

Competitiveness of the tourist system  
of the Mexican Cities World Heritage

AMÉRICA IVONNE ZAMORA TORRES\*  
GLADIS CRUZ ROMERO\*\*

## RESUMEN

Este documento tiene la finalidad de identificar el nivel de competitividad del sistema turístico de las ciudades catalogadas por el programa federal de apoyos a la cultura como Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial, mediante la metodología del análisis factorial de correspondencias, para, de este modo, darle un trato en diferentes dimensiones y con múltiples variables. Una vez ubicadas las variables de cada factor, en concordancia con el grado de correlación de estas, se procede al análisis en cada una de las ciudades, con lo cual se identifican las dimensiones que explican la competitividad del sistema turístico en estas ciudades y, como resultado, se obtiene el índice de competitividad. Los resultados muestran que, en materia de accesibilidad y movilidad, la mayoría de estas ciudades ofrecen opciones muy limitadas, lo que dificulta el acceso y la movilidad con los mercados actuales y potenciales.

**PALABRAS CLAVE:** CIUDADES MEXICANAS PATRIMONIO MUNDIAL, COMPETITIVIDAD, SISTEMA TURÍSTICO, ANÁLISIS FACTORIAL.

\* Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico: [americazt@gmail.com](mailto:americazt@gmail.com)  
\*\* Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico: [sidalg\\_newo@hotmail.com](mailto:sidalg_newo@hotmail.com)

## **ABSTRACT**

This document has the purpose of identifying the level of competitiveness of the tourism system of cities listed by the federal program of support for culture, such as Mexican World Heritage Cities, through the use of the Correspondence Factor Analysis methodology, thus giving it, a deal in different dimensions and with multiple variables. Once the variables in each factor were located, according to their degree of correlation, the analysis in each of the cities is carried out, identifying the dimensions that explain the competitiveness of the tourism system in these cities and resulting in an index of competitiveness. The results achieved show that most of these cities in terms of accessibility and mobility offer very limited options, which makes access and mobility difficult with current and potential markets

**KEYWORDS:** MEXICAN CITIES WORLD HERITAGE, COMPETITIVENESS, TOURISM SYSTEM, FACTOR ANALYSIS.

Fecha de recepción: 23 de octubre de 2019.

Dictamen 1: 14 de julio de 2020.

Dictamen 2: 4 de agosto de 2020.

DOI: <http://doi.org/10.21696/rcls102120201219>

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo es considerado una actividad estratégica para la generación de ingresos en los países. En México, en 2015, el producto interno bruto turístico representó 8.69 por ciento del producto interno bruto total y en 2016 registró un crecimiento promedio de 3.5 por ciento con respecto del año anterior, de acuerdo con el informe emitido por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2017). Los destinos más visitados en el mundo son aquellos que ofrecen a los turistas experiencias únicas. En el cuadro 1 se mencionan los destinos mundiales más visitados en 2015 y 2016; de igual forma, en la gráfica 1 se encuentran los países con un mayor número de patrimonios inscritos en la lista mundial de patrimonios de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

CUADRO 1. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS EN EL MUNDO  
POR LLEGADA DE TURISTAS, 2015-2016 (MILLONES DE TURISTAS)

Año 15	Año 16	Clasificación	Destino		Año
			País	2015	
1	1	Francia	84.5	82.6	
2	2	Estados Unidos	77.5	—	
3	3	España	68.5	75.6	
4	4	China	56.9	59.3	
5	5	Italia	50.7	52.4	
8	6	Reino Unido	34.4	35.8	
7	7	Alemania	35	35.6	
9	8	México	32.1	35	
10	9	Tailandia	29.9	32.6	

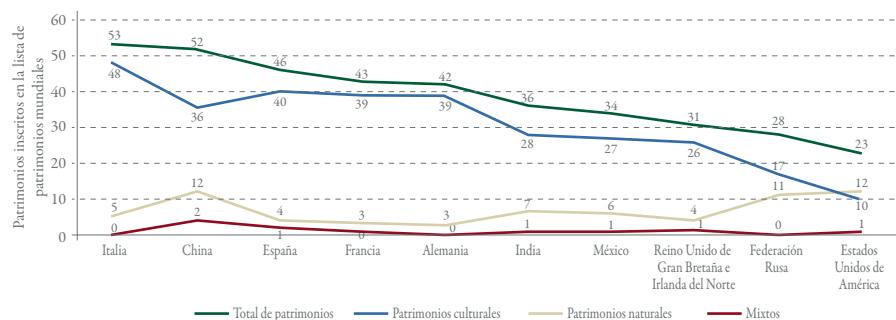
Fuente: SECTUR, 2017.

Como se puede observar, hay una similitud en las posiciones que ocupan los destinos más visitados y aquellos países que tienen más patrimonios culturales, lo que lleva a afirmar que existe una vinculación entre cultura y turismo.

En este sentido, el patrimonio cultural es un atributo presente en los destinos y las comunidades a través del cual se genera la oportunidad de crear e implementar actividades turísticas, ya que este proporciona valor al destino por medio de la

satisfacción de los turistas, quienes experimentan y disfrutan del patrimonio cultural, lo que conduce a un aumento de la competitividad del destino. Ello provoca estadías más largas y una derrama económica mayor (SECTUR, 2015).

GRÁFICA 1. PAÍSES CON MAYORES PATRIMONIOS EN LA LISTA DE LA UNESCO



Fuente: elaboración propia con base en UNESCO, 2017.

Méjico ocupa el séptimo lugar entre los países con más patrimonios inscritos en la lista de patrimonios mundiales, la cual tiene fundamento en la Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, efectuada en París el 16 de noviembre de 1972, cuya finalidad es distinguir, a través del reconocimiento, la protección y la preservación de aquellos bienes apreciados y extraordinarios, dotados de riqueza incalculable para las naciones, cuya pérdida simbolizaría un menoscabo incalculable para toda la humanidad. México se adhirió a esta Convención el 23 de febrero de 1984.

En 2017 estaban inscritos en lista del patrimonio mundial 1 073 sitios. De estos, 832 son bienes culturales, 206 bienes naturales y 35 bienes mixtos, ubicados en 167 Estados parte. De tales Estados, México contaba en ese año con 34 sitios registrados en esta lista, distribuidos de la siguiente manera: seis bienes naturales, 27 bienes culturales y uno mixto.

En atención a la obligación contraída de reconocer, resguardar, conservar, rehabilitar, transmitir y aumentar el valor del patrimonio al ser miembro de la Convención, el gobierno federal mexicano creó el Programa de Apoyos a la Cultura, el cual a partir de 2015, ha incluido, como uno de los seis apoyos que comprende, el programa Apoyo a las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial (ACMPM), cuyo principal objetivo es el mantenimiento y el resguardo de las características por las que cada una de las ciudades mexicanas pertenece a la declaratoria de Patrimonio

Cultural Mundial por parte de la UNESCO. En el cuadro 2 se mencionan estas ciudades, el estado donde se localiza cada una de ellas y la fecha de inscripción como patrimonio mundial.

CUADRO 2. CIUDADES MEXICANAS PATRIMONIO MUNDIAL,  
LOCALIZACIÓN ESTATAL Y FECHA DE INSCRIPCIÓN

Ciudad Patrimonio Mundial	Estado donde se localiza	Fecha de inscripción
Ciudad de México y Xochimilco	Ciudad de México	11 de diciembre de 1987
Puebla	Puebla	11 de diciembre de 1987
Oaxaca	Oaxaca	11 de diciembre de 1987
Guanajuato	Guanajuato	9 de diciembre de 1988
Morelia	Michoacán	13 de diciembre de 1991
Zacatecas	Zacatecas	11 de diciembre de 1993
Querétaro	Querétaro	7 de diciembre de 1996
Tlacotalpan	Veracruz	5 de diciembre de 1998
Campeche	Campeche	4 de diciembre de 1999
San Miguel de Allende	Guanajuato	8 de julio de 2008

Fuente: elaboración propia.

Una vez que las ciudades han sido identificadas como destinos que tienen atractivos culturales, la Secretaría de Turismo (SECTUR) las retoma como alternativas para la diversificación del turismo, ya que, si bien México se encuentra entre los primeros diez lugares por llegadas de turistas, esta demanda se focaliza en los destinos de sol y playa.

Esta diversidad cultural excepcional ha dado lugar a un incremento notable de la información disponible en las investigaciones realizadas mediante las cuales se ha fomentado el sostentimiento y la protección del patrimonio de los países. Esto conlleva una difusión mayor de la riqueza cultural, geográfica e histórica de los mismos países, lo que hace posible la creación de destinos turísticos en los cuales disfrutar y apreciar la variedad gastronómica, la arquitectura y las tradiciones ancestrales que forman parte del ser de un pueblo.

De lo anteriormente expuesto se desprende el objetivo de este trabajo de investigación: la identificación del nivel de competitividad del sistema turístico de las ciudades catalogadas Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial por el programa federal Apoyos a la Cultura.

Este documento comprende cuatro apartados. El primero de ellos contiene la introducción, en la que se revisa la situación del turismo y de las Ciudades Patrimonio Mundial. En el segundo se explora la literatura relativa a la competitividad del turismo. En el tercero se detalla la metodología empleada para alcanzar el objetivo planteado. En el cuarto se exponen los resultados obtenidos. En el último apartado se presentan las discusiones principales derivadas de la investigación.

## COMPETITIVIDAD Y DESTINOS TURÍSTICOS

La Organización Mundial de Turismo define destino turístico como “la unidad geográfica básica utilizada para la elaboración de las estadísticas del turismo” (Secretaría de Turismo, s/f). Los destinos turísticos pueden dividirse por regiones turísticas homogéneas o por características administrativas similares (OMT, 2017).

Entre las otras definiciones de destino turístico formuladas por diferentes autores estudiosos de la materia encontramos la de Mathieson y Wall's (1992), que textualmente dice: “un lugar que tiene características que son conocidas por un número suficiente de potenciales visitantes para considerarla como una identidad, atrayendo a viajeros, independientemente de las atracciones de otras localizaciones”. Por su parte, Morant e Ivars (1996) precisan que el destino turístico es “una combinación de elementos interdependientes (recursos, infraestructuras generales, transporte) que producen la satisfacción del turista”. Y Ejarque señala:

[...] el destino turístico está constituido por un conjunto de elementos, por una suma de atractivos naturales o artísticos y de servicios que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir al viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hasta él y que funcionará siempre y cuando responda adecuadamente a los deseos del mercado (2005, pp. 27-28)

Resulta evidente que la literatura ofrece variadas definiciones de destino turístico, que coinciden, la mayoría de ellas, en la delimitación de un espacio geográfico que contiene algún tipo de atractivo que motiva a los turistas a visitarlo.

Cuando se realiza cualquier referencia acerca de la competitividad es necesario establecer una definición de este término, ya que, si bien en el mundo globalizado actual es un vocablo de uso frecuente porque forma parte un gran número de ámbitos en los que las economías y sus respectivas empresas se desenvuelven cotidianamente,

este ha ocasionado diversas controversias, en un interés de buscar el significado que mejor la defina. Tratar de fijar con exactitud el significado de *competitividad* implica varias dificultades, ya que es un término complejo que influye en un gran número de elementos y factores que la determinan, aunados a las múltiples implicaciones sociales y humanas que estos conllevan (Sánchez y Fajardo, 2004).

La noción de competitividad ha sido empleada primordialmente en la investigación del sector industrial; sin embargo, muchos autores han demostrado que es posible adaptar la teoría de la competitividad al sector servicios (Riddle, 1986; Richardson, 1987; Gray, 1989). Los estudios de competitividad relativos al sector industrial (Porter, 1990; Newall, 1992; Krugman, 1994) han permitido el establecimiento de bases para que los estudios sobre la competitividad de destinos adquieran más relevancia en la literatura turística.

Desde una perspectiva microeconómica, la competitividad es entendida como una vertiente organizativa, en la que las conductas particulares de una organización determinan la competitividad (Porter, 1990; Dwyer y Kim, 2003).

Anteriormente, la investigación académica, en cuanto a la competitividad turística desde una perspectiva integral, era poco desarrollada. Prevalecían las investigaciones enfocadas en aspectos o segmentos más específicos; tal es el caso de la competitividad aplicada a la industria hotelera (Buhalis, 2000; Enright y Newton, 2004) o la apreciación de la competitividad de destinos turísticos como instrumento clave para el posicionamiento y la investigación de mercados turísticos (Pearce, 1997; Faulker *et al.*, 1999).

De igual forma, otros autores han analizado la competitividad por sectores de actividad relacionados con el turismo, como el de eventos y congresos, en Italia (Bernini, 2009); balnearios turísticos, en España y Portugal (Rodrigues y Carrasqueira, 2011), o redes de pequeñas y medianas empresas turísticas, en Inglaterra (Novelli *et al.*, 2006). En tanto, otros estudiosos como Webster e Ivanov (2014), Wu *et al.* (2012) y Mazanec y Ring (2011) han procesado estadísticamente los resultados del índice de competitividad del Foro Económico Mundial y han explorado las relaciones de causalidad entre sus pilares.

Algunas investigaciones realizadas con la metodología del análisis factorial en su variante de componentes principales facilitan la comprensión de las bondades de esta herramienta metodológica, al tiempo que esta permite dar un tratamiento multidimensional y multivariante al sector turístico. En este sentido, Nzuzi (2015) aplica el análisis de componentes principales a 17 comunidades autónomas de San Sebastián, en España, para determinar cuáles de las 19 variables seleccionadas son

las que forman parte de la oferta turística competitiva, a fin de obtener los factores que mejor la expliquen. Las 19 variables, observadas en el periodo 2012-2013, son: número de viajeros nacionales y extranjeros, número de pernoctaciones, número de establecimientos abiertos, grado de ocupación por habitación, total de personal empleado, ingreso medio por habitación ocupada, ingreso medio por habitación disponible, número de apartamentos, plazas de apartamentos, grado de ocupación por apartamento, grado de ocupación por plazas de apartamento, oferta de salas de cine, oferta de museos, alojamientos rurales abiertos, número de plazas estimadas por alojamientos rurales, grado de ocupación por plazas, alojamientos rurales, personal empleado en alojamientos rurales, autopistas de peaje en kilómetros y autovías en kilómetros.

De acuerdo con varios autores, contar con ventajas comparativas y competitivas posibilita la penetración de un destino en el camino de la competencia. Estas ventajas se pueden lograr de diversas formas; a continuación, se muestran algunos de los criterios de estas.

Mangion *et al.* (2005) señalan que las diferentes características ofrecidas por un destino con respecto de su competencia son elementos indispensables para la competitividad, ya que propician la permanencia y la trascendencia del destino. En este sentido, es posible lograr tal diversidad a través de: 1) brindar mayor (cantidad) y mejor (calidad) atención a los demandantes que los competidores, y 2) una prestación de servicios y experiencias que despierten emociones satisfactorias, a través del entorno natural o construido o de la historia y las tradiciones del destino. En este tenor, Crouch y Ritchie (1999) afirman que la competitividad de los destinos turísticos se centra en la destreza para aumentar los elementos que los distinguen de otros.

La importancia de realizar un modelo que represente el sistema turístico radica en la obtención de una abstracción de los elementos que se mantienen constantes en un entorno real, con objeto de generalizar conceptos y expresarlos de forma gráfica para un mayor entendimiento de estos. Un modelo, según la definición de Aguilera (2000), es una imagen parcial de la realidad, ya que, como él lo menciona, es poco probable que se intente representar una totalidad de la misma realidad porque es imposible integrar el gran número de variables que esta puede contener. Así, un modelo debe explicar un fenómeno o un proceso específicos. Partiendo de esta definición, abordaremos los modelos teóricos del fenómeno que interesa en esta investigación.

Un sistema turístico es un conjunto de actuaciones y de recursos que se relacionan de manera conjunta para alcanzar un objetivo de importancia para ambos, que se compone generalmente por elementos como la oferta y la demanda turísticas, así

como el espacio en el que interactúan y los organismos que el sector regula. A través de los modelos turísticos se entiende la relación entre los diferentes elementos y factores que integran el sector, lo cual da luces sobre el potencial turístico de un destino, con el que se logra la satisfacción de las demandas y necesidades de los turistas, pues se cumplen las expectativas que originaron el viaje, los turistas estarán satisfechos y tendrán deseos de regresar al destino. Tratar de entender y analizar el turismo lleva a una serie de discusiones que han sido punto de partida para los trabajos de otros investigadores como Leiper (1979), Palhares (2002), Beni (1998), Bosch y Merli (2014) que presentan y discuten los diferentes modelos teóricos aplicables al turismo, en los cuales se fundamentan las variables seleccionadas para esta investigación.

En el cuadro 3 se sintetizan los diferentes modelos analizados indicando el tipo de enfoque, los elementos y sistemas que cada uno de ellos utiliza y la relación que establece cada modelo respecto de las políticas públicas.

CUADRO 3. SÍNTESIS DE LOS SISTEMAS TEÓRICOS REVISADOS

Autor, año	Enfoque	Elementos/sistemas	Relación con las políticas públicas
Leiper, 1979	Espacial	Origen, destino, ruta, entorno	Son parte del ambiente
Palhares, 2002	Espacial	Origen, destino (varios)	No la contempla
Beni, 1998	Sistémico	Relaciones ambientales, relaciones operacionales, organización estructural	Forman parte de la supraestructura
Bosch y Merli, 2014	Sistémico	Gestión pública, gestión privada, ciencia, tecnología, apoyo a la producción, apoyo a la actividad, apoyo complementario, producción de bienes, producción de servicios	Forma parte del macroambiente y de la gestión pública

Fuente: elaboración propia con base en la literatura revisada.

Como se puede apreciar en el cuadro 3, son varios los elementos que conforman un sistema turístico, y estos pueden variar dependiendo del enfoque. De los modelos analizados es posible rescatar los siguientes elementos, que serán utilizados para esta investigación: atractivos turísticos, supraestructura, infraestructura, servicios y, por supuesto, turistas. A continuación, se describe cada uno de ellos.

Para que un turista se interese en conocer y explorar un destino es necesario que tenga algunas características o atractivos que lo inciten a realizar el viaje hacia tal destino. Los atractivos turísticos se dividen generalmente en naturales y culturales. Entre los primeros se encuentran los parques, las playas, los desiertos, los

lagos, las grutas, las cavernas, los ríos. Entre los culturales están la gastronomía, los monumentos, la arquitectura, los museos, los sitios históricos y arqueológicos, las galerías de arte y muchos más.

La supraestructura está conformada por el conjunto de fenómenos jurídico-políticos e ideológicos, así como por las instituciones que los representan, que son las encargadas del desarrollo, implementación y vigilancia de las políticas que velan por los intereses del sector turístico. Además, se encargan de la optimización y el funcionamiento de todas las partes articulando y armonizando el sistema a través de organizaciones que proporcionan asesoría y representan a los diferentes prestadores de servicios turísticos.

La infraestructura está compuesta por una variedad de elementos que se articulan y permiten un mejor desempeño y funcionalidad del sector turístico, como las vías de comunicación, que son imprescindibles para acceder al destino, desplazarse por él y conocer los puntos cercanos a este.

Los servicios son el conjunto de actividades que se realizan a través de la atención personal al turista, a fin de brindarle lo necesario para que tenga un acceso fácil al destino y disfrutar, de una manera más cómoda y placentera, de las actividades, amenidades y experiencias que el lugar ofrece.

En el sistema turístico se encuentran principalmente dos tipos de servicios: 1) los básicos, tales como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, aquellos inmuebles que un turista necesita fundamentalmente al momento de viajar, y 2) los servicios complementarios, los cuales no tienen una relación directa con el turista, pero que, aun así, son necesarios para el fortalecimiento del sector, como los bancos, las casas de cambio, las gasolineras, los hospitales, etcétera.

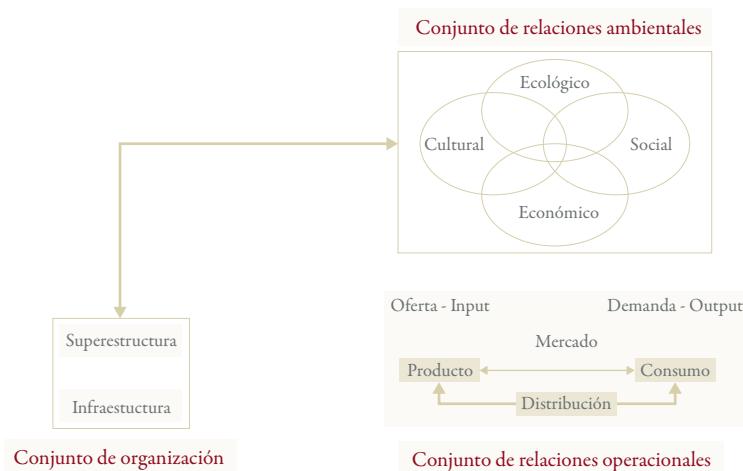
Los turistas son el elemento clave de todos los sistemas turísticos, ya que sin ellos no tendrían razón de ser los demás elementos y, por lo tanto, no podrían subsistir. Los turistas, a través de sus motivaciones y expectativas sobre un destino específico, son quienes posibilitan la conformación de los diferentes sistemas turísticos, son los que dan un valor económico a los atractivos turísticos.

Derivado de lo anterior, el modelo que se utiliza como base de la presente investigación es el de Beni (1998), el cual busca identificar características y clasificar los factores que determinan los motivos del viaje y la elección de las áreas del destino turístico. Beni formula su modelo alrededor de tres conjuntos: el conjunto de relaciones ambientales, que abarca el ámbito cultural, en el que se sustenta la dimensión de atractivos culturales; el conjunto de organización estructural, que está conformado por la supraestructura y la infraestructura, las cuales tendrán una

dimensión en el modelo de competitividad utilizado; el conjunto de relaciones operacionales, que está integrado por el subsistema de mercado y por las relaciones de producción, distribución y consumo, es decir, todos aquellos elementos que resultan necesarios para que el sistema funcione, y en el que se pueden ubicar las dimensiones de servicios básicos y complementarios.

En la figura 1 se muestra la descripción gráfica del modelo de Beni, el cual está compuesto por sistemas y subsistemas, en el que los subsistemas funcionan como antecedentes y controladores que influyen en el fenómeno turístico, lo que hace posible el análisis del comportamiento de la actividad turística como un todo.

FIGURA 1. MODELO TEÓRICO DEL ENFOQUE SISTÉMICO DE BENI (1998)



Fuente: Beni, 1997.

## DESARROLLO METODOLÓGICO

El modelo de análisis factorial, que describe las covarianzas o correlaciones de un conjunto de variables observables,  $y_1, y_2, \dots, y_n$ , y en términos de un reducido número de factores comunes latentes no observados, se presenta en su forma desarrollada como un sistema de ecuaciones lineales en (1) (OECD y JRC, 2008; Timm, 2002; Peña, 2002).

$$Y_1 - \mu_1 = \lambda_{11}f_1 + \lambda_{12}f_2 + \dots + \lambda_{1k}f_k + e_1 \quad Y_2 - \mu_2 = \lambda_{21}f_1 + \lambda_{22}f_2 + \dots + \lambda_{2k}f_k + e_2$$

$$Y_i - \mu_i = \lambda_{i1}f_1 + \lambda_{i2}f_2 + \dots + \lambda_{ik}f_k + e_i \quad (1)$$

$$Y_p - \mu_p = \lambda_{p1}f_1 + \lambda_{p2}f_2 + \dots + \lambda_{pk}f_k + e_p$$

Donde  $Y_i$  representa las variables observadas obtenidas de las bases de datos. Pero, al estandarizarlos, tendrán media cero y varianza unitaria para toda  $i = 1, 2, \dots, p$ . Las  $\lambda_{11}, \lambda_{12}, \dots, \lambda_{kk}$  son los coeficientes de regresión, que en esta técnica son conocidos como los pesos o las cargas de los factores. Las  $f_1, f_2, \dots, f_k$  son los factores comunes latentes o variables latentes no observadas que se investigan, cada uno con media cero y varianza unitaria. Finalmente, los residuales  $e_i$  son las perturbaciones no observadas de los factores únicos o específicos. Así, cada observación o dato con respecto de la media se representa como dos partes, la parte común y la parte específica, representadas por  $c_i$  y  $e_i$ , respectivamente. El modelo de análisis factorial (1) es usado para investigar las partes comunes no observables de los datos  $Y_i$ , expresando para la  $i$ -ésima la variable observada o dato con la ecuación (2).

$$c_i = \lambda_{i1}f_1 + \lambda_{i2}f_2 + \dots + \lambda_{ik}f_k \quad (2)$$

Donde  $c_i$  son los efectos ahora observados resultantes de la relación entre los coeficientes  $\lambda_{i1}, \lambda_{i2}, \dots, \lambda_{ik}$  y los  $k$  factores comunes latentes. En términos de la varianza de los datos del modelo (1), puede ser descompuesta en factores comunes y en factores únicos, como se observa en (3):

$$var(Y_i) = var(c_i) + var(e_i) \quad (3)$$

Donde  $var(Y_i)$  es la varianza de las observaciones aleatorias  $Y_i$ . La varianza de  $c_i$  se refiere a la varianza común o communalidad que se investiga y la varianza de  $e_i$  es la varianza única o específica. La ecuación anterior también se puede representar como:

$$\sigma_i^2 = h_i^2 + \mathbf{x}_i^2 \quad (4)$$

Donde el primer término es la suma de los efectos de los factores y el segundo es el efecto de la perturbación. Llamando a la suma de los efectos de los factores como:

$$h_i^2 = \sum_{j=1}^k \lambda_{ij}^2 \quad (5)$$

Donde  $h^2$  es la varianza común o comunalidad.

Existen varias opciones para abordar el modelo dado en (1); sin embargo, el más común es el relacionado con el método de extracción por componentes principales para la construcción de indicadores formados a partir de modelos conceptuales (OECD y JRC, 2008). La metodología general para el análisis se presenta a continuación.

1. Estandarizar o normalizar las variables originales. Formalmente, esto se logra con una transformación de la distribución normal estándar con media cero y varianza uno mediante la ecuación (6), debido a que estas vienen expresadas en distintas unidades de medición (OECD y JRC, 2008; Espejo, Hidalgo y Gama, 2010).

$$Z_{ij} = \frac{(Y_{ij} - Y_j)}{S_j} \quad (6)$$

Donde  $Z_{ij}$  es la variable  $j$  estandarizada con media cero y varianza uno de la entidad de observación  $i$ .  $Y_{ij}$  representa a cada variable  $j$  de la entidad de observación  $i$ ,  $Y_j$  representa la media aritmética de los valores de la variable  $j$ ,  $S_j$  representa la desviación estándar de la variable  $j$ .

2. Obtener las varianzas de las variables originales estandarizadas ( $Y_{ij}$ ) con media cero y varianza uno. La nueva variable obtenida de esta transformación se simboliza por  $Z_{ij}$ , a la cual se la conoce como la matriz de correlación estandarizada (De la Garza *et al.*, 2013).
3. Mediante la prueba de contraste de esfericidad de Bartlett y la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) se determina el grado de correlación general, la correlación parcial entre las variables y la conveniencia del análisis factorial para el estudio que se propone. Con la ecuación (7) se obtienen los valores de la  $\chi^2$  cuadrada de Bartlett, y con la ecuación 8, la medida de suficiencia de muestreo general (MSAg), el cual puede extenderse a las variables individuales (MSAj) usando la ecuación (9) para excluir aquellas que sean inaceptables (también se identifican por valores menores a 0.5 en la diagonal principal de la matriz de correlación antiimagen) (Hair *et al.*, 1999; De la Garza *et al.*, 2013).

$$x_c^2 = - \left( n - 1 - \frac{1}{6} (2m + 5) \right) \ln |R| l \quad (7)$$

Donde  $X^2$  es la ji cuadrada calculada,  $n$  es el número de datos,  $m$  es el número de variables,  $|R|$  es la determinante de la matriz de correlación, la cual oscila entre 0 y 1, es decir,  $0 \leq |R| \leq 1$ ; el valor de 1 indica que es una matriz identidad.

$$MSA_g = \frac{\sum_{j \neq i} \sum_{i \neq j} r_{ij}^2}{\sum_{j \neq i} \sum_{i \neq j} r_{ij}^2 + \sum_{j \neq i} \sum_{i \neq j} r_{ij(p)}^2} \quad (8)$$

4. Los valores y vectores propios se calculan mediante (9) y (10). La ecuación (10) da origen a la matriz ortogonal para la transformación renombrada (Pla, 1986; De la Garza *et al.*, 2013; Peña, 2002; Timm, 2002).

$$|R - \lambda I|l = 0 \quad (9)$$

$$(R - \lambda I) L = 0 \quad (10)$$

En donde  $R$  es la matriz de correlación estandarizada de dimensión ( $p \times p$ ),  $\lambda$  es un escalamiento cuyos valores de lambda son encontrados y se les denominan valores propios (eigenvalores),  $I$  es la matriz identidad,  $L$  es un vector de dimensión ( $p \times 1$ ), no nulo, que se le llama vector propio (eigenvector).

5. Determinar el número óptimo de factores atendiendo los tres criterios siguientes: a) *scree test*, que es un gráfico de sedimentación entre el número de factores y los eigenvalores, que se obtiene de (10). Una variante u opción de este criterio es el uso del valor propio o eigenvalor  $\geq 1$ . b) porcentaje de correlación lineal múltiple de cada variable con los factores o communalidad  $\geq 60\%$  (Hair *et al.*, 1999); el porcentaje de la varianza explicada acumulada (PVEA)  $\geq 60\%$  mediante la ecuación (11) (Timm, 2020; De la Garza *et al.*, 2013; Espejo e Hidalgo, 2011; OECD y JRC, 2008, Hair *et al.*, 1999).

$$PVE_i = \frac{\lambda_i}{VT} \times 100 \quad (11)$$

En donde  $PVE_i$  es el porcentaje de la varianza explicada individual del factor  $i$ -ésimo,  $\lambda_i$  es el eigenvalor de la observación  $i$ -ésima y  $VT$  es la varianza total (o número de variables).

6. Probar el modelo conceptual planteado.
7. Efectuar una rotación ortogonal de la matriz factorial siguiendo el método de rotación varimax que simplifique la identificación visual de los grupos de variables, mediante las cargas de los factores óptimos determinados (Hair *et al.*, 1999; De la Garza *et al.*, 2013).
8. Construcción de un traductor de competitividad o codificación para el MC3N. A partir de las cargas del eigenvector del modelo conceptual ya probado, es decir, con fundamento en la interpretación de los dos primeros componentes que asegure al menos 60 por ciento de varianza explicada de acuerdo con el tercer criterio de los mencionados en el apartado sobre la selección óptima de los factores, se hace una interpretación conjunta de los dos primeros componentes, y así se escogen las cargas de los factores (eigenvector) que multiplican a cada una de las variables estandarizadas con la ecuación (6) de cada entidad (OECD y JRC, 2008).

Para la construcción tanto del *ranking* individual de los factores determinantes comunes como del *ranking* global se hace lo ya señalado en este paso. Sin embargo, con la finalidad de tener una fácil interpretación de estos índices, se utiliza la ecuación (12) para ordenar los datos codificados en una escala de cero a cien (OECD y JRC, 2008).

$$I_{ij} = \left( \frac{IN_{ij} - \min_j(X_i)}{\max_j(X_i) - \min_j(X_i)} \right) \times 100 \quad (12)$$

Dónde  $I_{ij}$  es el valor del indicador  $i$  en escala de 0 a 100 para la entidad  $j$ ,  $IN_{ij}$  es el valor del indicador  $i$  para la entidad  $j$ ;  $\min_j(X_i)$  representa el indicador más bajo desde la entidad  $j$ , y  $\max_j(X_i)$ , el indicador más grande desde la entidad  $j$ .

## DETERMINACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

La capacidad de competencia de un destino turístico se encuentra acotada y restringida por varios factores (Ritchie y Crouch, 2003). En este sentido, es importante dilucidar cuáles factores de los que conforman el sistema turístico de la Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial son competitivos. Para tal dilucidación, utilizamos la metodología del análisis factorial de correspondencias (AFC), el cual es

una técnica que posibilita el análisis estadístico para varios números de variables, que indaga las relaciones de interdependencia entre variables. El AFC permite descubrir las similitudes existentes entre dos grupos de variables, expuestos, esto último, en forma de tabla de contingencia, tanto de frecuencias como de valores medios (Miquel *et al.*, 1997).

Esta técnica ha sido usada desde 2005 por el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés) para la elaboración del Índice de Competitividad Global de 137 economías utilizando tres subíndices, 12 pilares y 114 variables. Por otro lado, Navarro Chávez y Zamora Torres (2013) la emplearon en Michoacán para determinar la competitividad municipal en este estado midiendo 41 variables, agrupadas en seis dimensiones, bajo el argumento de que esta técnica posee ventajas sobre otros métodos porque no impone parámetros iniciales, es decir, no hay una clasificación de información previa, por lo que otorga un mayor grado de confiabilidad de la información procesada (Navarro Chávez, Venegas Martínez y Zamora Torres, 2014).

De acuerdo con la Secretaría de Turismo, así como con lo establecido en el Programa de Apoyos a la Cultura, diez son las Ciudades Patrimonio Mundial en México. Sin embargo, a lo largo de la investigación surgieron limitaciones como el hecho de que la ciudad de Tlacotalpan no cuente con la información completa para la realización del análisis. Por otro lado, acerca de la Ciudad de México y Xochimilco, al realizar un examen más completo se observó que esta ciudad es un caso muy aislado de las otras, porque, al ser la capital del país, su competitividad se encuentra muy por arriba del promedio, lo que disminuye la comparabilidad de los resultados con los de las otras ciudades. Por lo tanto, se analizaron ocho ciudades: Puebla, Oaxaca, Guanajuato, Morelia, Zacatecas, Querétaro, Campeche y San Miguel de Allende.

Derivado de la variedad de indicadores y de fenómenos que impactan y repercuten en el turismo, y con el objetivo de lograr una mayor profundidad en el estudio de la competitividad del sistema turístico de estas ciudades, después de realizar una serie de ensayos de prueba y error y de analizar los diferentes componentes de los modelos estudiados, con el fin de obtener un modelo que represente de una mejor manera el modelo de las variables existentes, se decidió seleccionar 35 variables, divididas en seis dimensiones, a saber: Dimensión uno: atractivos turísticos culturales. Está integrada por auditorios, centros culturales, galerías, librerías, museos y teatros. Dimensión dos: infraestructura (vías de comunicación para traslado). Esta abarca aeropuertos en el estado, aeródromos en el estado, autotransporte público y camiones públicos de pasajeros. Dimensión tres: servicios básicos. Está conformada

por el total de establecimientos de hospedaje, el número de cuartos, restaurantes, cafeterías, discotecas, centros nocturnos y bares. La dimensión cuatro se refiere a los servicios complementarios; comprende las variables agencia de viajes, parques acuáticos y balnearios, alquiler de automóviles sin chofer, campos de golf, centros de convenciones, centros de enseñanza turística, guías de turistas, módulos de auxilio turístico y transportadoras turísticas especializadas. Dimensión cinco: supraestructura. Está integrada por el presupuesto federal para infraestructura municipal, el monto ejercido por el programa Apoyo a las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial (ACMPM), el presupuesto municipal para la Secretaría de Turismo, el presupuesto municipal para cultura y patrimonio, el presupuesto federal para la infraestructura carretera estatal, el número de declaratorias de la UNESCO y el número de criterios de selección para la inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial establecidos por la UNESCO. La sexta dimensión lleva el nombre de turistas; está conformada por las variables total de llegadas de turistas, total de turistas-noche, ocupación hotelera (porcentaje) y estadía promedio (noches por turista). En el cuadro 4 se sintetiza la distribución de las variables con sus indicadores.

CUADRO 4. VARIABLES E INDICADORES SELECCIONADOS

Variable	Indicador
1. Atractivos turísticos culturales: características o atractivos en el estado que incitan a los visitantes a realizar el viaje hacia ese destino.	Número de auditorios. Número de centros culturales. Número de galerías. Número de librerías. Número de museos. Número de teatros.
2. Infraestructura: conjunto de elementos necesarios para el buen funcionamiento del sector turístico (vías de comunicación para traslado).	Número de aeropuertos en el estado. Número de aeródromos en el estado. Unidades de autotransporte público. Número de camiones de pasaje públicos.
3. Servicios básicos.	Total de establecimientos de hospedaje. Número de cuartos. Número de restaurantes. Número de cafeterías. Número de discotecas y centros nocturnos. Número de bares.

#### CUADRO 4. VARIABLES E INDICADORES SELECCIONADOS

(cont.)

Variable	Indicador
4. Servicios complementarios: que no intervienen directamente con el turista pero que son necesarios para el fortalecimiento del sector.	Número de agencia de viajes. Número de parques acuáticos y balnearios. Número de alquileres de automóviles sin chofer. Número de campos de golf. Número de centros de convenciones. Número de centros de enseñanza turística. Número de guías de turistas. Número de módulos de auxilio turístico. Número de transportadoras turísticas especializadas.
5. Supraestructura: conjunto de fenómenos jurídico-políticos e ideológicos que permiten un desarrollo equilibrado y sostenible de los atractivos turísticos.	Presupuesto federal para infraestructura municipal. Monto ejercido del programa ACMPM. Presupuesto municipal para la Secretaría de Turismo. Presupuesto municipal para cultura y patrimonio. Presupuesto federal para infraestructura estatal de carreteras. Número de declaratorias de la UNESCO. Número de criterios de la UNESCO.
6. Turistas: elemento clave de todos los sistemas, ya que sin él los demás elementos no tendrían razón de ser.	Total de llegadas de turistas. Total de turistas-noche. Ocupación hotelera (porcentaje) Estadía promedio (noches por turista).

Fuente: elaboración propia.

## RESULTADOS

Para la variable de atractivos culturales se utilizó un componente, ya que en este se halla 94.178 por ciento del total de la varianza. Para la variable infraestructura se utilizaron dos componentes, entre los cuales representan un porcentaje de varianza acumulado de 96.258. Respecto a la variable servicios básicos, se utilizaron dos componentes, con un porcentaje de varianza acumulado de 87.939. En el caso de la variable servicios complementarios, se usaron cuatro componentes, entre los cuales representan un porcentaje de varianza acumulado de 90.715. En cuanto a la dimensión supraestructura, se utilizaron tres componentes, con un porcentaje de varianza acumulado de 86.432. Por último, con base en la prueba del gráfico

de sedimentación, para la variable turistas se consideró un componente, el cual explica 84.52 por ciento de varianza.

### *Competitividad de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial*

La técnica del análisis factorial de correspondencias es interdependiente, es decir, todas las variables dependen recíproca y simultáneamente. Esta dependencia hace posible el establecimiento de factores que aumentan y facilitan la explicación del grupo de variables reconociendo la estructura que existe entre ellas (Santosmases, 1998).

Para determinar la competitividad de los elementos del sistema turístico de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial, una vez obtenidas las puntuaciones de cada factor, se procede a la igualación de las puntuaciones obtenidas para cada uno de los índices de las seis dimensiones.

Cabe recordar que cada dimensión contiene diferentes componentes con valores distintos para cada indicador. Es importante normalizar los datos a fin de que cada valor se exprese en una misma escala para su posterior interpretación. En este sentido, para este procedimiento, se le asigna un valor de 100 a la ponderación más alta obtenida en cada una de las variables, el cual será el punto de partida para los otros valores. La normalización de los datos y los resultados de la competitividad global de las ciudades se resumen en el cuadro 5, en el que se utiliza la siguiente nomenclatura: CMPM = Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial, AC = atractivos culturales, T = turistas, IE = infraestructura, SC = servicios complementarios, SB = servicios básicos, SE = supraestructura y CT = competitividad total.

CUADRO 5. COMPETITIVIDAD TOTAL DE  
LAS CIUDADES MEXICANAS PATRIMONIO MUNDIAL

CMPM	AC	T	IE	SC	SB	SE	CT
Campeche	27.72	32.92	52.91	67.60	47.55	68.48	57.21
Guanajuato	42.04	29.40	45.59	63.66	51.40	82.12	60.49
Morelia	38.18	35.79	100.00	69.12	49.35	100.00	75.55
Oaxaca	100.00	48.77	65.73	83.06	64.82	88.06	86.71
Puebla	46.12	100.00	77.98	100.00	100.00	95.36	100.00
Querétaro	34.75	72.24	47.75	75.46	95.24	63.32	74.84
San Miguel de Allende	42.04	29.96	45.54	79.88	47.01	78.22	62.11
Zacatecas	33.36	48.29	37.76	37.47	47.73	31.27	45.41

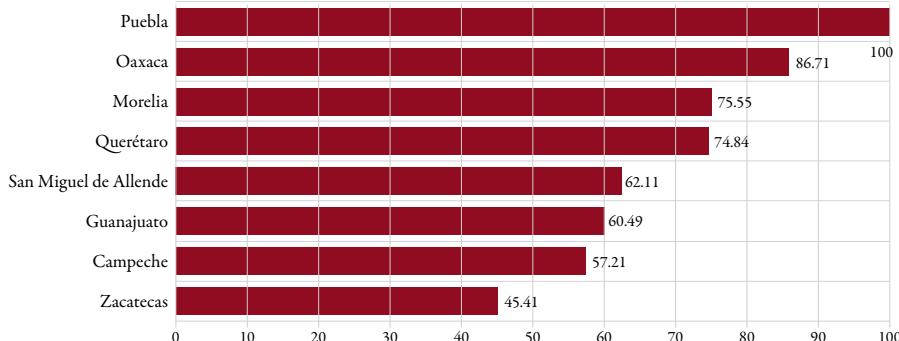
Fuente: elaboración propia con base en los resultados del análisis factorial de correspondencias.

De los datos expuestos en el cuadro 5 se deduce que Puebla es la Ciudad Mexicana Patrimonio Mundial con el sistema turístico más competitivo, de acuerdo con las variables analizadas, ya que obtuvo la puntuación más alta en las variables turistas, servicios complementarios y servicios básicos. Asimismo, ocupa el segundo lugar en las variables atractivos culturales, infraestructura y supraestructura. Zacatecas es la ciudad con el sistema turístico menos competitivo, pues obtuvo el índice más bajo, con solo 45.41 por ciento de competitividad total.

En el análisis de la competitividad obtenida en las ciudades, respecto de las variables seleccionadas, se observa que los elementos que influyen en gran medida en la competitividad del sistema turístico de las ciudades son aquellos que tienen que ver con las variables turistas y supraestructura.

Por otro lado, es notorio que, en general, es relativamente baja la competitividad de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial en las variables atractivos turísticos, infraestructura, supraestructura, turistas, así como servicios básicos y complementarios relacionados con el turismo; a excepción de las ciudades de Puebla y Oaxaca, las cuales obtuvieron 100 y 86.71 por ciento de competitividad total en su sistema turístico. Lo anterior se representa en la gráfica 2.

GRÁFICA 2. ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TOTAL DE LAS CMPM



Fuente: elaboración propia con base en los resultados del análisis factorial de correspondencias.

## CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados de esta investigación, se comprueba la hipótesis de investigación, según la cual es baja la competitividad de los sistemas turísticos de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial, medida a través de las variables turistas, atractivos culturales, infraestructura, supraestructura, así como servicios básicos y complementarios, ya que, de acuerdo con los resultados, por un lado, la mayoría de estas ciudades tiene un muy bajo registro de llegadas de turistas, el cual es uno de los principales indicadores del sistema, y, por el otro, las estadías son muy cortas. El presupuesto asignado para la infraestructura carretera, así como los medios aéreos y terrestres disponibles, son algunos de los elementos que determinan la competitividad de los sistemas turísticos de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial. Sin embargo, la situación de la mayoría de estas ciudades en materia de accesibilidad y movilidad ofrece opciones muy limitadas, lo que dificulta el acceso y la movilidad con los mercados actuales y potenciales, lo cual impide un aprovechamiento adecuado de los atractivos culturales con los que estas cuentan.

En la competitividad de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial entran en juego las declaratorias emitidas por organismos internacionales, así como los atractivos culturales de que estas disponen, como elementos que proporcionan una ventaja competitiva, ya que son un motivo importante para conocer un destino. No obstante, por sí solos no son suficientes, porque dependen en gran parte de la eficiencia de los gobiernos para la gestión de recursos que puedan ser utilizados para añadir valor al destino turístico, a fin de contar, en consecuencia, con un sistema más competitivo que posibilite potenciar sus diferencias y competir con mayores oportunidades de éxito.

No contar con indicadores turísticos suficientes y en tiempo oportuno provoca la imposibilidad de un análisis integral de aspectos que conduzcan al conocimiento del comportamiento y de las preferencias del mercado turístico. Por lo tanto, no es posible generar estrategias que garanticen buenos resultados en el aprovechamiento del patrimonio cultural de los destinos.

Los gobiernos de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial deben fomentar un crecimiento y un cambio equilibrado en el sector turístico mediante la implementación de políticas que favorezcan el aprovechamiento del patrimonio cultural excepcional con el que cuentan. Aunado a esto, las estrategias deben formularse con metas concretas, de acuerdo con la demanda de nuevos satisfactores por parte de la ciudadanía en el contexto mundial.

Asimismo, resulta necesaria la exploración de nuevos destinos a través de estrategias de gestión integral que permitan la vinculación de los destinos actuales con productos potenciales, a fin de crear nuevas experiencias y rutas dentro y cerca de las ciudades, con lo cual se motive a los turistas a tener estadías más largas y placenteras, turistas que se llevarán la intención de regresar al destino y seguir conociendo sus alrededores.

Adicional a los observatorios turísticos, se recomienda la implementación de medidas de monitoreo sistemático de la utilización de los recursos específicos de los programas destinados al turismo, con la finalidad de priorizar actividades que redunden en el crecimiento del sector.

Teniendo en cuenta la complejidad del sector turismo y las múltiples relaciones de este con otras actividades económicas, se recomienda la realización de reuniones de coordinación con otros actores tanto públicos como privados con el objetivo de orientar los esfuerzos en una misma dirección, en donde prevalezca el bien común.

La competitividad es un concepto referente; por lo tanto, la medición de esta puede cambiar según las variables que se consideren como punto de partida. Aunado a ello, existe una diversidad de indicadores y herramientas metodológicas para medirla, lo que lleva a la extralimitación del concepto, ya que no existen una definición e indicadores universalmente aceptados para realizar el cálculo de esta. Aunque se han conseguido los objetivos formulados, la investigación no carece de limitaciones, las cuales pueden ser consideradas en futuras líneas de investigación.

Para investigaciones venideras vinculadas con el tema, se recomienda hacer una búsqueda de resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidos en un periodo de tiempo en las investigaciones acerca del tema, así como examinar el funcionamiento de las diferentes políticas turísticas y analizar cuáles de estas han sido las más eficientes y han alcanzado los objetivos para los que fueron creadas, como una opción de agrupación de los puntos relevantes de cada una para mejorarlo y proponer una opción de política que permita alcanzar las metas nacionales.

Para este tipo de investigaciones, la entrevista puede ser una herramienta más certera y oportuna, ya que de primera mano se toman los grandes cambios, las transformaciones, los aciertos y los desaciertos de una política pública, además de que hace posible el conocimiento de información actual, contrastable con las bases de datos estadísticos. Por lo tanto, un estudio cualcuantitativo del turismo en estas ciudades representa un área de oportunidad para futuros investigadores.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA, M. (2000). *Los distintos modelos científicos*. Universitat Oberta de Catalunya.
- BENI, M. (1998). *Análise estrutural do turismo*. Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.
- BERNINI, C. (2009). Convention industry and destination clusters: evidence from Italy. *Tourism Management*, 30(6), 878-889. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.004>
- BOSCH, J. L., y Merli, M. C. (2014). *Fundamentos del enfoque sistémico para el estudio del turismo*. EDUCA, Universidad Nacional de Comahue.
- BUHALIS, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management* (21), 97-116. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- CROUCH, G., y Ritchie, J. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 140-161. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- DE LA GARZA, J.; Morales, B., y González, B. (2013). *Ánalisis estadístico multivariante: un enfoque teórico práctico*. McGrawHill.
- DWYER, L., y Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414. DOI: <https://doi.org/10.1080/1368350030866796>
- EJARQUE, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing*. Pirámide.
- ENRIGHT, M., y Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777-788. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- ESPEJO, J. M., e Hidalgo, M. A. (2011). Un indicador de competitividad para las provincias españolas. *Revista de Estudios Regionales* (92), 43-84. Recuperado de <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf1169.pdf>
- FAULKNER, B.; Opperman, M., y Fredline, E. (1999). Destination competitiveness: an exploratory examination of South Australia's core attractions. *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 125-139. DOI: <https://doi.org/10.1177/135676679900500202>
- GRAY, H. (1989). *Services and comparative advantage theory*. Services in World Economic Growth.
- GUTIÉRREZ PULIDO, H., y Gama Hernández, V. (2010). Limitantes de los índices de marginación de CONAPO y propuesta para evaluar la marginación municipal en México. *Papeles de Población* (66), 227-257. Recuperado de <https://rppoblacion.uaemex.mx/article/view/8492/7202>

- HAIR, J.; Anderson, R.; Tatham, R., y Black, W. (1999). *Análisis multivariante*. 5<sup>a</sup> ed. Prentice Hall Iberia.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Turismo 2015. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/temas/turismo/>
- KRUGMAN, P. (1994). Competitiveness: a dangerous obsession. *Foreign Affairs*, 73(2). Recuperado de <https://www.foreignaffairs.com/articles/1994-03-01/competitiveness-dangerous-obsession>
- LEIPER, N. (1979). The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- MANGION, M.; Durbarry, R., y Sinclair, M. T. (2005). Tourism competitiveness: price and quality. *Tourism Economic*, 11(1), 45-68. DOI: <https://doi.org/10.5367/0000000053297202>
- MATHIESON, A., y Wall, G. (1992). *Tourism: economic physical and social impacts*. Longman.
- MAZANEC, J., y Ring, A. (2011). Tourism destination competitiveness: second thoughts on the World Economic Forum Reports. *Tourism Economics*, 17(4), 725-751. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2011.0065>
- MIQUEL, S.; Bigné, E.; Lévy, J. P.; Cuenca, A. C., y Miquel, M. J. (1997). *Investigación de mercados*. McGraw-Hill.
- MORANT, A., e Ivars, J. (1996). Oferta turística. En A. Pedreño (dir.) y V. M. Monfort Mir (coord.). *Introducción a la economía del turismo en España* (pp. 123-155). Civitas.
- NAVARRO CHÁVEZ, J. C. L., y Zamora Torres, A. I. (2013). *Competitividad municipal del turismo en Michoacán*. Morevalladolid.
- NAVARRO CHÁVEZ, J. C. L.; Venegas Martínez, F., y Zamora Torres, A. I. (2014). Migración y desarrollo económico en México: un análisis factorial de correspondencias. *Migración y Desarrollo*, 22(12), 123-145. Recuperado de <http://rimd.reduaz.mx/revista/rev22/5.pdf>
- NEWALL, J. E. (1992). The challenge of competitiveness. *Business Quarterly*, 56(4), 94-100.
- NOVELLI, M.; Brite, S., y Trisha, S. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience. *Tourism Management*, 27(6), 1141-1152. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.011>
- NZUZI, M. (2015). *Estudio de los factores de competitividad turística en las comunidades autónomas* (Tesis de grado). Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. Donostia-San Sebastián.

- OECD y JRC (2008). *Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide*. OECD. Recuperado de <https://www.oecd.org/sdd/42495745.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2017). Mexico. Properties inscribed on the World Heritage List. Recuperado de <http://whc.unesco.org/en/statesparties/mx>
- Organización Mundial del Turismo (2017). Entender el turismo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- PALHARES, L. (2002). *Transportes turísticos*. Aleph.
- PEARCE, D. (1997). Competitive destination analysis in Southeast Asia. *Journal of Travel Research*, 35(4), 16-24. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759703500403>
- PEÑA, D. (2002). *Ánálisis de datos multivariantes*. McGraw-Hill.
- PLA, L. (1986). *Ánálisis multivariado: método de componentes principales*. Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos, Programa Regional de Desarrollo Científico y Tecnológico.
- PORTER, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Plaza & Janés.
- RICHARDSON, J. (1987). A sub-sectoral approach to services' Trade theory. En O. Giarin (ed.). *The emerging service economy* (pp. 59-82). Pergamon.
- RIDDLE, D. (1986). *Service-led growth: the role of the service sector in worlddevelopment*. Praeger.
- RITCHIE, J., y Crouch, G. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. CABI.
- RODRIGUES, L., y Carrasqueira, H. (2011). Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios. El caso de Algarbe *versus* el Sur de España. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(4), 855-875. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180722696006>
- SÁNCHEZ, R., y Fajardo, C. (2004). La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños. Ponencia presentada en las I Jornadas de Economía del Turismo, Universitat de Illes Balears, Palma de Mallorca.
- SANTESMASES, M. (1998). *Marketing. Conceptos y estrategias*. Pirámide.
- Secretaría de Turismo (2017). Turismo en México 2016. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/TurismoEnMexico.pdf>
- Secretaría de Turismo (s/f). Glosario. Destino. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- TIMM, N. (2002). *Applied Multivariate Analysis*. Springer.

WEBSTER, C., e Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*, 40(February), 137-140. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.003>

WU, W.; Lan, L., y Lee, Y. (2012). Critiquing the World Economic Forum's concept of destination competitiveness: a further analysis. *Tourism Management Perspectives*, 4(October), 198-206. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.008>