



UNIVERSIDAD MICHOACANA  
DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

---



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS  
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

**COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE UN DESTINO INTERNACIONAL:  
EL CASO DE LA REGIÓN LACUSTRE DE MICHOACÁN EN EL 2022**

TESIS QUE  
PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTA:  
L.A.E. YAZMÍN IVONNE GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ

DIRECTOR DE TESIS:  
DR. JERJES IZCOATL AGUIRRE OCHOA

Morelia Michoacán, agosto 2023

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ACTA DE REVISIÓN DE TESIS**

En la Ciudad de Morelia, Mich., el día 24 de mayo de 2023, los miembros de la Mesa de Sinodales designada por el H. Consejo Técnico del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), aprobaron presentar el examen de grado la tesis titulada:

**“COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE UN DESTINO INTERNACIONAL:  
EL CASO DE LA REGIÓN LACUSTRE DE MICHOACÁN EN EL 2022”**

Presentada por la alumna:

***Yazmín Ivonne González Domínguez***

Aspirante al grado de **Maestra en Ciencias en Negocios Internacionales**. Después de haber efectuado las revisiones necesarias, los miembros de la Mesa de Sinodales manifestaron SU APROBACIÓN DE LA TESIS, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

**LA MESA DE SINODALES**

Director de la Tesis

*Jerjes Izcoatl Aguirre Ochoa*

Dr. Jerjes Izcoatl Aguirre Ochoa

Dr. Mario Gómez Aguirre

Dra. Dora Aguila-socho Montoya

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS**

En la Ciudad de Morelia, Michoacán, el día 24 de mayo de 2023, la que suscribe **YAZMÍN IVONNE GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ**, alumna del programa de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales adscrita al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), manifiesta ser la autora intelectual del presente trabajo de tesis, desarrollado bajo la dirección del Dr. Jerjes Izcoatl Aguirre Ochoa y cede los derechos del trabajo titulado **“COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE UN DESTINO INTERNACIONAL: EL CASO DE LA REGIÓN LACUSTRE DE MICHOACÁN EN EL 2022”** a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines estrictamente académicos.

No está permitida la reproducción total o parcial de este trabajo de tesis ni su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin la autorización escrita de la autora y/o directora del mismo. Cualquier uso académico que se haga de este trabajo, deberá realizarse conforme a las prácticas legales establecidas para este fin.



---

**YAZMÍN IVONNE GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ**

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTA DE ORIGINALIDAD

A QUIEN CORRESPONDA. –

Por este medio se hace constar que el trabajo de tesis titulado **“COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE UN DESTINO INTERNACIONAL: EL CASO DE LA REGIÓN LACUSTRE DE MICHOACÁN EN EL 2022”** realizado por la alumna **YAZMÍN IVONNE GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ** con matrícula 2132732F de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales, dirigido por el Dr. Jerjes Izcoatl Aguirre Ochoa, fue analizado a través de la herramienta de detección de plagio *“Plagium”*.

Con base en el reporte de las similitudes encontradas por dicha herramienta informática, **se considera que el trabajo de tesis no constituye un plagio** con respecto a obras de terceros.

Los resultados del análisis se encuentran bajo resguardo de la coordinación de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales y de la Secretaría Académica del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

ATENTAMENTE

Morelia, Mich., a 24 de mayo de 2023



**Dr. Jerjes Izcoatl Aguirre Ochoa**  
Director de Tesis



**Yazmín Ivonne González Domínguez**  
Alumna

## DEDICATORIA

Como un sincero gesto de reconocimiento, quiero dedicar la humilde obra que plasmé en este documento; en primera instancia a mis padres Rocío Ivonne Domínguez Bautista y Genaro González Soto, quienes incondicionalmente me han apoyado no solo a lo largo y ancho de mi carrera profesional, si no en todos los aspectos de la existencia misma, amparándome con espíritu alentador, contribuyendo ilimitadamente a lograr todas las metas que me he forjado en la vida y siendo el sostén fundamental que sin dudarle un segundo me ha levantado cuando he caído, a ellos mis queridos padres los amo con todo el corazón, les agradezco por todo y por tanto, y espero que estén sumamente orgullosos de mí, como yo lo estoy de ellos.

En segundo lugar, pero no menos importante, quiero dedicar este trabajo a mis segundos padres, mis abuelos maternos Ernesto y Gudelia, o como cariñosamente siempre llamamos; “Papato y Mamahude”, que aunque ya no están con nosotros desde hace varios años, sé que están satisfechos por la labor que hicieron en nuestra familia, ya que fueron los que construyeron los cimientos sobre los que se edificaron nuestras vidas, cada paso que doy va guiado de las enseñanzas que depositaron en mí y cada meta lograda es en gran parte también por ellos, yo se los agradeceré eternamente y nunca los dejaré de extrañar, una parte de mi corazón siempre estará con ellos y siempre dedicaré mis triunfos en su memoria.

¡Honor a quien honor merece!

“Si tienes a quien dedicar tu trabajo, entonces ese trabajo valió la pena”.  
(Ivonne González).

## AGRADECIMIENTO

Mi mayor agradecimiento es hacia mi querida familia y amigos, ya que aportaron cada uno diferentes recursos para poder consolidar este recorrido, particularmente a mis hermanos Viri, Kevin, Joahan, mi cuñado Felipe, mi prima Erika y mis amigas Kary y Mafe por ayudarme a levantar encuestas, así como a mi hermano pequeño Miguel y mi mejor amiga Andy quienes siempre me auxilian de una o de otra manera, también agradezco enormemente a Ismael Velázquez Alcaráz, quien me apoyó, me motivó a crecer y a no darme por vencida, me enseñó a luchar por mis sueños y saber que están a mi alcance si lo deseo, a su lado aprendí que aún en las adversidades la vida es bella, gracias por todo el tiempo y por tanto amor, así mismo doy las gracias a su hermosa familia, por la elocuencia que me han brindado y por el cariño con que me acogieron entre ellos, en especial a la señora Bety, que es una de las personas más maravillosas que he conocido y a quien quiero mucho.

Mi gratitud infinita hacia mi asesor, el Dr. Jerjes Izcoatl Aguirre Ochoa, por su apoyo, comprensión y guía, me ha enseñado muchas cosas y gracias a él ahora tengo una visión distinta de la vida, gracias profesor, porque a pesar de las adversidades, siempre estuvo al pendiente y me dio lo mejor de usted, no solo en lo académico, sino una gran enseñanza personal, lo admiro y lo respeto.

De la misma manera doy las gracias al Dr. Mario Gómez Aguirre y a la Dra. Dora Aguila-socho Montoya, quienes como sinodales, dieron valiosas aportaciones, sugerencias y los cuestionamientos necesarios que ayudaron a que mi trabajo se formara en la dirección correcta, igualmente agradezco a todos los profesores que, a través del camino de mi formación académica, me han brindado su orientación, conocimiento y ética, siendo así el ejemplo a seguir, en especial doy las gracias a la Dra. América Ivonne Zamora Torres, quien, a pesar de no tener obligación o asignación alguna con este trabajo, me dedicó su tiempo para orientarme en muchas dudas y me ayudó a poder completar mi investigación.

A cada uno de los que fue parte de esto y los que me faltaron de mencionar, de todo corazón les doy las gracias por su tiempo y esfuerzo.

## ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>11</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS</b> .....	<b>12</b>
<b>ÍNDICE DE PLANOS</b> .....	<b>13</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>14</b>
<b>SIGLAS Y ABREVIATURAS</b> .....	<b>17</b>
<b>GLOSARIO</b> .....	<b>19</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>21</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>22</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>27</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	27
1.2 Preguntas de la investigación .....	31
1.2.1 Pregunta general .....	32
1.2.2 Preguntas específicas .....	32
1.3 Objetivos de la investigación .....	32
1.3.1 Objetivo general .....	32
1.3.2 Objetivos específicos .....	32
1.4 Hipótesis de la investigación .....	33
1.4.1 Hipótesis general .....	33
1.4.2 Hipótesis específicas .....	33
1.5 Justificación .....	33
1.5.1 Trascendencia y conveniencia .....	33

1.5.2 Relevancia e implicaciones.....	34
1.5.3 Valor y Utilidad.....	35
1.5.4 Viabilidad de la Investigación.....	35
1.6 Alcances y limitaciones de la investigación.....	36
1.6.1 Alcances.....	36
1.6.2 Limitaciones.....	37

## **CAPÍTULO 2. MARCO REFERENCIAL..... 38**

2.1 Panorama del turismo en México.....	38
2.2 El estado de Michoacán y sus regiones turísticas.....	39
2.3 La región lacustre del estado de Michoacán.....	42
2.4 Delimitación del campo de estudio.....	44
2.4.1 Pátzcuaro.....	47
2.4.1.1 Denominación y origen.....	47
2.4.1.2 Características geográficas y sociales.....	48
2.4.1.3 Atractivos turísticos y festividades.....	50
2.4.2 Quiroga.....	55
2.4.2.1 Denominación y origen.....	56
2.4.2.2 Características geográficas y sociales.....	57
2.4.2.3 Atractivos turísticos y festividades.....	59
2.4.3 Tzintzuntzan.....	61
2.4.3.1 Denominación y origen.....	61
2.4.3.2 Características geográficas y sociales.....	62
2.4.3.3 Atractivos turísticos y festividades.....	64
2.5 La región como destino turístico internacional.....	65
2.5.1 Patrimonios mundiales.....	65
2.5.2 La Ruta Don Vasco.....	67
2.5.3 Afluencia de turistas internacionales.....	69

## **CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LITERATURA..... 74**

3.1 Teorías del comercio internacional .....	75
3.1.1 Teorías de la ventaja absoluta y ventaja comparativa .....	76
3.1.2 Teoría de la dotación de factores de Heckscher-Ohlin .....	77
3.2 Teorías de competitividad .....	78
3.2.1 La competitividad de Michael Porter .....	78
3.2.2 El enfoque de competitividad sistémica .....	83
3.3 El turismo desde el enfoque sistémico.....	87
3.3.1 Sistema turístico de Cuervo .....	88
3.3.2 Sistema turístico de Leiper .....	90
3.3.3 Sistema turístico de Molina .....	91
3.4 Competitividad de los destinos turísticos.....	94
3.4.1 El turismo: de la ventaja comparativa a la ventaja competitiva .....	94
3.4.2 Turismo y sostenibilidad.....	96
3.4.3 Modelo de competitividad de los destinos turísticos.....	97
3.4.4 Medición de la competitividad turística .....	100

## **CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA ..... 104**

4.1 Método en la investigación científica.....	104
4.2 Identificación de variables .....	105
4.3 Instrumentos de la investigación.....	110
4.3.1 Instrumentos cuantitativos .....	110
4.3.2 Instrumento cualitativo .....	111
4.4 Universo y muestra de estudio.....	113
4.4.1 Universo .....	113
4.4.2 Muestra .....	115
4.5 Procesamiento de datos .....	116
4.5.1 Análisis factorial .....	117
4.5.1.1 Tablas de frecuencia .....	117
4.5.1.2 Análisis de fiabilidad.....	118
4.5.1.3 Correlación de las variables .....	118

4.5.1.4 Extracción de componentes .....	119
4.5.1.5 Rotación de componentes .....	120
4.5.1.6 Puntuaciones factoriales .....	120
4.5.2 Generación del índice .....	122
<b>CAPÍTULO 5. RESULTADOS.....</b>	<b>125</b>
5.1 Frecuencia de los datos generales de las encuestas .....	126
5.2 Prueba de fiabilidad.....	132
5.3 Variable A: Recursos naturales y culturales .....	133
5.3.1 Dimensión 1 Recursos Naturales .....	133
5.3.2 Dimensión 2 Sostenibilidad del medio ambiente .....	137
5.3.3 Dimensión 3 Recursos culturales y de entretenimiento .....	141
5.3.4 Índice de competitividad Variable A .....	144
5.4 Variable B Capital humano y tecnológico .....	144
5.4.1 Dimensión 4 Recursos humanos y mercado laboral .....	145
5.4.2 Dimensión 5 Recursos tecnológicos .....	148
5.4.3 Índice de competitividad Variable B .....	151
5.5 Variable C Infraestructura .....	151
5.5.1 Dimensión 6 Infraestructura de accesibilidad .....	152
5.5.2 Dimensión 7 Infraestructura del sector .....	155
5.5.3 Índice de competitividad Variable C .....	158
5.6 Variable D Función gubernamental .....	158
5.6.1 Dimensión 8 Priorización de viajes y turismo .....	159
5.6.2 Dimensión 9 Seguridad y salud .....	162
5.6.3 Índice de competitividad Variable D .....	165
5.7 Índice de competitividad total .....	165
<b>Conclusiones .....</b>	<b>167</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>169</b>
<b>Futuras líneas de investigación .....</b>	<b>172</b>

<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>173</b>
---------------------------	------------

<b>ANEXOS .....</b>	<b>180</b>
---------------------	------------

ANEXO 1. Matriz de congruencia de la investigación.....	180
---	-----

ANEXO 2. Padrón de establecimientos.....	181
--	-----

ANEXO 3. Instrumento de investigación .....	190
---	-----

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Unidades económicas según sector económico en 2019 Pátzcuaro .....	50
<b>Figura 2</b> Unidades económicas según sector económico en 2019 Quiroga .....	59
<b>Figura 3</b> Unidades económicas según sector económico en 2019 Tzintzuntzan .....	64
<b>Figura 4</b> Las 5 fuerzas de Porter .....	79
<b>Figura 5</b> Estrategias de Porter .....	80
<b>Figura 6</b> El diamante de Porter .....	81
<b>Figura 7</b> Sistema Turístico de Cuervo .....	89
<b>Figura 8</b> Sistema turístico de Leiper .....	91
<b>Figura 9</b> Sistema turístico de Molina .....	93
<b>Figura 10</b> Modelo de competitividad de Calgary.....	98
<b>Figura 11</b> Estructura del TTCI.....	101
<b>Figura 12</b> Estructura del índice de competitividad.....	110

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>Gráfica 1</b> Impacto del PIB de México por sectores 2018 .....	39
<b>Gráfica 2</b> Lugar de procedencia Semana Santa y Semana de Pascua 2019 .....	70
<b>Gráfica 3</b> Lugar de procedencia Verano 2019 .....	71
<b>Gráfica 4</b> Lugar de procedencia Noche de Muertos 2019.....	72
<b>Gráfica 5</b> Frecuencia de municipios.....	128
<b>Gráfica 6</b> Frecuencia de tipo de establecimiento.....	129
<b>Gráfica 7</b> Sexo del encuestado.....	130
<b>Gráfica 8</b> Frecuencia de la edad.....	131
<b>Gráfica 9</b> Experiencia en el sector turístico .....	132

## ÍNDICE DE PLANOS

<b>Plano 1</b> Regiones Turísticas de Michoacán.....	42
<b>Plano 2</b> Región lacustre de Michoacán .....	43
<b>Plano 3</b> Ubicación de Pátzcuaro .....	48
<b>Plano 4</b> Ubicación de Quiroga.....	57
<b>Plano 5</b> Ubicación de Tzintzuntzan .....	62
<b>Plano 6</b> Ruta Don Vasco .....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Principales destinos turísticos en el mundo .....	28
<b>Tabla 2</b> Actividad hotelera en México por Entidad Federativa 2019 .....	29
<b>Tabla 3</b> Porcentaje de ocupación de cuartos por nacionales y extranjeros .....	31
<b>Tabla 4</b> PIB Turístico Municipal 2018 y 2019 .....	46
<b>Tabla 5</b> Temperatura en Pátzcuaro .....	49
<b>Tabla 6</b> Temperatura en Quiroga .....	58
<b>Tabla 7</b> Temperatura en Tzintzuntzan .....	63
<b>Tabla 8</b> Afluencia turística en Semana Santa y Semana de Pascua 2019.....	70
<b>Tabla 9</b> Afluencia turística en Verano 2019 .....	71
<b>Tabla 10</b> Afluencia turística en Noche de Muertos 2019 .....	72
<b>Tabla 11</b> Estructuralismo vs neo estructuralismo.....	84
<b>Tabla 12</b> Constitución del TTCI.....	103
<b>Tabla 13</b> Matriz de frecuencia .....	108
<b>Tabla 14</b> Puntuación escala Likert.....	113
<b>Tabla 15</b> Universo .....	115
<b>Tabla 16</b> Muestra .....	116
<b>Tabla 17</b> Estadísticos de las encuestas.....	127
<b>Tabla 18</b> Frecuencia de municipios.....	127
<b>Tabla 19</b> Frecuencia de tipo de establecimiento .....	128
<b>Tabla 20</b> Sexo del encuestado .....	129
<b>Tabla 21</b> Frecuencia de la edad.....	130
<b>Tabla 22</b> Experiencia en el sector turístico .....	131
<b>Tabla 23</b> Alfa de Cronbach .....	132
<b>Tabla 24</b> Prueba KMO y Bartlett D1 .....	134
<b>Tabla 25</b> Varianza total explicada D1.....	135
<b>Tabla 26</b> Subíndice de competitividad D1 .....	136
<b>Tabla 27</b> Prueba KMO y Bartlett D2.....	138
<b>Tabla 28</b> Varianza total explicada D2.....	138
<b>Tabla 29</b> Matriz de componente rotado D2 .....	139
<b>Tabla 30</b> Subíndice de competitividad D2 .....	140

<b>Tabla 31</b> Prueba KMO y Bartlett D3 .....	142
<b>Tabla 32</b> Varianza total explicada D3.....	142
<b>Tabla 33</b> Subíndice de competitividad D3 .....	143
<b>Tabla 34</b> Índice de competitividad variable A .....	144
<b>Tabla 35</b> Prueba KMO y Bartlett D4 .....	146
<b>Tabla 36</b> Varianza total explicada D4.....	146
<b>Tabla 37</b> Subíndice de competitividad D4 .....	147
<b>Tabla 38</b> Prueba KMO y Bartlett D5 .....	149
<b>Tabla 39</b> Varianza total explicada D5.....	149
<b>Tabla 40</b> Subíndice de competitividad D5 .....	150
<b>Tabla 41</b> Índice de competitividad variable B .....	151
<b>Tabla 42</b> Prueba KMO y Bartlett D6 .....	153
<b>Tabla 43</b> Varianza total explicada D6.....	153
<b>Tabla 44</b> Subíndice de competitividad D6 .....	154
<b>Tabla 45</b> Prueba KMO y Bartlett D7 .....	156
<b>Tabla 46</b> Varianza total explicada D7.....	156
<b>Tabla 47</b> Subíndice de competitividad D7 .....	157
<b>Tabla 48</b> Índice de competitividad variable C .....	158
<b>Tabla 49</b> Prueba KMO y Bartlett D8 .....	160
<b>Tabla 50</b> Varianza total explicada D8.....	160
<b>Tabla 51</b> Subíndice de competitividad D8 .....	161
<b>Tabla 52</b> Prueba KMO y Bartlett D9.....	163
<b>Tabla 53</b> Varianza total explicada D9.....	163
<b>Tabla 54</b> Subíndice de competitividad D9 .....	164
<b>Tabla 55</b> Índice de competitividad variable D .....	165
<b>Tabla 56</b> índice de competitividad total.....	166
<b>Tabla 57</b> <i>Matriz de congruencia</i> .....	180
<b>Tabla 58</b> Establecimientos de hospedaje Pátzcuaro.....	181
<b>Tabla 59</b> Establecimientos de hospedaje Quiroga.....	182
<b>Tabla 60</b> Establecimientos de hospedaje Tzintzuntzan .....	182
<b>Tabla 61</b> Establecimientos de alimentos y bebidas Pátzcuaro .....	182

<b>Tabla 62</b> Establecimientos de alimentos y bebidas Quiroga .....	185
<b>Tabla 63</b> Establecimientos de alimentos y bebidas Tzintzuntzan .....	186
<b>Tabla 64</b> Establecimientos de entretenimiento Pátzcuaro .....	186
<b>Tabla 65</b> Establecimientos de entretenimiento Quiroga .....	186
<b>Tabla 66</b> Establecimientos culturales Pátzcuaro .....	186
<b>Tabla 67</b> Establecimientos de artesanías Pátzcuaro.....	187
<b>Tabla 68</b> Establecimientos de artesanías Quiroga .....	188
<b>Tabla 69</b> Establecimientos de artesanías Tzintzuntzan .....	189
<b>Tabla 70</b> Establecimientos de transporte Pátzcuaro .....	189
<b>Tabla 71</b> Establecimientos de transporte Quiroga .....	189

## SIGLAS Y ABREVIATURAS

<b>BM</b>	Banco Mundial
<b>CONACYT</b>	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
<b>DATATUR</b>	Sistema Nacional de la información estadística del Sector Turismo de México
<b>DENUE</b>	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas
<b>GATT</b>	General Agreement on Tariffs and Trade
<b>INAFED</b>	Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal
<b>INEGI</b>	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
<b>ININEE</b>	Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
<b>IBM</b>	International Business Machines
<b>IOE</b>	Industrialización Orientada a la Exportación
<b>ISI</b>	Industrialización Sustitutiva de Importaciones
<b>ITAT</b>	Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística
<b>KMO</b>	Kaiser Meyer Olkin
<b>MCNI</b>	Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales
<b>OMT</b>	Organización Mundial del Turismo
<b>ONU</b>	Organización de las Naciones Unidas
<b>PERFITUR</b>	El Perfil del Turista
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto
<b>PIBT</b>	Producto Interno Bruto Turístico
<b>PNPC</b>	Programa Nacional de Posgrados de Calidad
<b>SE</b>	Secretaría de Economía
<b>SECTUR</b>	Secretaría de Turismo
<b>SEDATU</b>	Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
<b>SEMARNAT</b>	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
<b>SPSS</b>	Statistical Package for the Social Sciences
<b>TIC</b>	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
<b>TLCAN</b>	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
<b>TPE</b>	Transformación Productiva con Equidad

<b>TTCI</b>	Travel and Tourism Competitiveness Index
<b>TTCR</b>	The Travel & Tourism Competitiveness Report
<b>UMSNH</b>	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
<b>UNESCO</b>	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
<b>WEF</b>	World Economic Forum
<b>WTTC</b>	World Travel & Tourism Council

## GLOSARIO

**Competitividad:** “La competitividad es la capacidad de alcanzar un alto nivel de vida a través del crecimiento de la productividad en el nuevo entorno global, donde el conocimiento se convierte en un factor crítico” (Lee & Karpova, 2018).

**Consumo turístico:** Tiene básicamente la misma definición que el gasto turístico, no obstante, es un tanto más amplia, además del importe correspondiente a la adquisición de bienes y servicios de consumo, es decir, las transacciones monetarias, se incluyen además los servicios que tienen que ver con el alojamiento durante las vacaciones por cuenta propia, las transferencias en especie y otro cualquier otro consumo relacionado (OMT, 2008).

**Crecimiento de la producción:** cuando un país crece económicamente, tiene mayores posibilidades de invertir e incrementar su producción nacional, esta producción usualmente es medida a través del Producto Interno Bruto (PIB) y se espera que se incline hacia las tendencias mundiales, considerando los factores con los que se cuenta en dicho país y que se pueden y tienden a potencializar.

**Crecimiento de los factores:** el crecimiento económico trae consigo una mayor disponibilidad de recursos, es decir, una abundancia de factores de producción, ya sea de capital con la fluidez de inversiones y gasto, de trabajo con el incremento de la población y una fuerza laboral más dispuesta a ser productiva por una mejor remuneración de por medio o de recursos naturales al tener la forma de poder explotarlos y reproducirlos más fácilmente.

**Crecimiento del consumo:** cuando hay crecimiento económico, la población, hablando en términos generales, presenta un mayor poder adquisitivo, lo que genera un aumento en el consumo o demanda de producto y servicios. A mayor ingreso, hay mayor consumo y se observa que en el transcurso, la demanda de productos y servicios es cada vez más grande hacia bienes no esenciales.

**Crecimiento económico:** es el adelantamiento visible de los estándares de vida poblacionales de una economía en particular, se mide regularmente en base a la capacidad de producción de una economía y de su renta, dentro de un periodo específico.

**Desarrollo económico:** es la transformación positiva que sufre un país al incrementar su capacidad para generar riqueza a largo plazo y así mejorar la calidad de vida de los habitantes creando prosperidad.

**Formas de turismo:** existen tres formas básicas de turismo: el turismo interno, el turismo receptor y el turismo emisor. Esas formas pueden combinarse de varias maneras para derivar las siguientes formas adicionales de turismo: el turismo interior, el turismo nacional y el turismo internacional (CEU, 2022).

**Gasto turístico:** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos.

**País en desarrollo:** “Un país en el que su economía se encuentra en pleno desarrollo económico. Es decir, una economía que, mediante un proceso acelerado de inversión y formación, consigue crecer a ritmos muy acelerados” (Morales, 2020).

**Turismo:** fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (Juntos, 2022).

## RESUMEN

La investigación presentada en este documento mide el nivel de competitividad turística de la región lacustre del estado de Michoacán en el año 2022, específicamente en los municipios de Pátzcuaro, Quiroga y Tzintzuntzan, con el fin de crear recomendaciones o sugerencias que mejoren los factores escasos.

A través de un análisis teórico y la revisión de estudios específicos de competitividad turística, se identificaron las variables que determinan dicha competitividad siendo: los Recursos naturales y culturales, el Capital humano y tecnológico, la Infraestructura y la Función Gubernamental.

Se realizaron encuestas de percepción en los tres municipios a personas dedicadas al turismo y mediante el análisis factorial, éstas se incluyeron junto con datos de fuentes oficiales como indicadores individuales para crear un índice de competitividad.

Los resultados indican que Pátzcuaro es el municipio más competitivo en todas las variables y Tzintzuntzan el menos competitivo a excepción de la variable Función Gubernamental donde Quiroga resultó en último lugar.

**Palabras clave:** competitividad turística, encuestas de percepción, análisis factorial, índice de competitividad.

## **ABSTRACT**

The research presented in this document measures the level of tourism competitiveness in the lake region of the state of Michoacán in the year 2022, specifically in the municipalities of Pátzcuaro, Quiroga and Tzintzuntzan, with the aim of creating recommendations or suggestions that improve scarce factors.

Through a theoretical analysis and the review of specific studies of tourism competitiveness, the variables that determine said competitiveness were identified, being: natural and cultural resources, human and technological capital, infrastructure and government function.

Perception surveys were carried out in the three municipalities to people dedicated to tourism and through factor analysis, these were included together with data from official sources as individual indicators to create a competitiveness index.

The results indicate that Pátzcuaro is the most competitive municipality in all the variables and Tzintzuntzan the least competitive, except for the Government Function variable, where Quiroga was in last place.

**Keywords:** tourism competitiveness, perception surveys, factor analysis, competitiveness index.

## INTRODUCCIÓN

Desde el principio de los tiempos, competir es significado de sobrevivir, el más fuerte, el más apto y capaz será el que subsista en el entorno, demostrar las cualidades que se tienen es fundamental para sobresalir del resto de los individuos. En la actualidad, hablar de competitividad se centra más en los negocios y en las economías. Además, nos encontramos en un mundo cada día más unificado e integrado a causa de la globalización, la competitividad se ha convertido en un tema que toma cada vez mayor relevancia, la necesidad de competir con un mayor número de empresas hace que sea una necesidad el obtener una ventaja frente a ellos, entonces, se puede decir que la competitividad es la capacidad para desarrollar ventajas con respecto a los demás, para obtener una posición destacada (Roldán, 2016).

El crecimiento económico de un territorio está fuertemente ligado a la teoría económica, una de las principales ideas para entenderlo está basado en el razonamiento de las etapas de transformación de la economía, empezando por la economía basada en la producción primaria, luego cambiando a la industrialización y finalmente llegar a la economía desarrollada o economía de servicios (Wennekers, van Stel, Carree, & Thurik, 2010).

La naturaleza de ese ciclo económico, induce a los países en vías de desarrollo a enfocarse en la transformación hacia una economía de servicios, esto con el fin de poder consolidarse y llegar a ser un país desarrollado con todos los beneficios que conlleva, la capacidad que pueden tener las naciones para lograr su objetivo, depende de diferentes factores que inciden en su competitividad, tales como; su riqueza natural y cultural, la capacidad de oferta de servicios, los recursos humanos con los que cuentan, la capitalización, etcétera.

El turismo internacional ha crecido bastante en los últimos años, la Organización Mundial del Turismo (2020), en su publicación Panorama del turismo internacional, asegura que el turismo internacional impulsa a las economías de todo el mundo a través de una combinación de nuevos modelos de negocios y un marco legal más

flexible en el tema de visas, las llegadas de turistas internacionales crecieron en total un 5% en el 2018 llegando a 1,400 millones de dólares, siendo éste el noveno año consecutivo con un crecimiento sostenido en este sector, además afirma que los ingresos derivados del turismo han crecido más rápido que la economía mundial y que los ingresos por exportaciones turísticas también están creciendo más que las exportaciones de mercancías. En la mencionada publicación, el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, señala la importancia de gestionar adecuadamente el turismo para evitar algún efecto adverso, sugiere lograrlo mediante el desarrollo de objetivos de desarrollo sostenible.

Para el caso de México, sus antecedentes históricos como la colonización española del siglo XIV, la independencia y la revolución mexicana de los siglos XVII y XVIII respectivamente, por mencionar algunos, fueron sucesos que se mezclaron con el entorno mundial y crearon diferentes circunstancias que cambiaron a la sociedad del país y por ende la economía también cambió, adoptando la naturaleza de la transformación económica antes mencionada. Aunque México en la actualidad no figura como una nación de primer mundo, de acuerdo al Banco Mundial (2022), si está entre las quince economías más grandes del mundo.

México ha intentado orientarse hacia los servicios, interesándose en el turismo como un impulsor del crecimiento económico, esto lo podemos ver en todas las políticas y esfuerzos que ha llevado a cabo el gobierno a través de diversas estrategias plasmadas en planes y programas de turismo, que ha desarrollado desde los años 60 (Navarro & Zamora, 2013).

El turismo internacional en México, al igual que el turismo mundial en general, sigue creciendo en los años recientes. En el 2019 arribaron 45,0 millones de turistas al país y hubo un ingreso por divisas de 24 mil 563 millones de dólares, que representan en total un incremento del 9% con respecto al año anterior (OMT, 2020). También es relevante mencionar que el turismo es una de las actividades económicas más importantes en México, ya que aporta el 17.2 % del PIB nacional y genera impactos directos, indirectos e inducidos en la economía, posicionándolo como uno de

los sectores más fuertes, conforme a los datos del World Travel & Tourism Council (WTTC, 2019) traducido en español como el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo.

Para la generación de estrategias, es de suma importancia estudiar cuáles son las fuentes que ayudan a crear una ventaja competitiva, es decir, analizar los recursos con los que cuenta una empresa o una industria y que puedan originar una característica distintiva con respecto a los demás. El turismo debe hacer uso de las cualidades y propiedades con las que cuenta y puede controlar, así como un óptimo manejo del ambiente externo, para propiciar su propio posicionamiento en el mercado, buscando crear una ventaja competitiva sostenible (Barney, 1991).

La región lacustre del estado de Michoacán se eligió como objeto de estudio ya que es un lugar con características apropiadas para el análisis del tema, es uno de los destinos turísticos más importantes del estado, cuenta con fama mundial principalmente por la celebración del día de muertos, tiene abundantes atributos y no cuenta con investigaciones realizadas de este tipo.

Para los intereses del presente documento, se analizarán los conceptos relevantes para el turismo internacional y la competitividad, así como las teorías que los respaldan, el contexto en el que se encuentran actualmente y los modelos existentes, con el fin de determinar los indicadores con los que se pueda medir la competitividad turística internacional y generar un índice que se pueda evaluar, y así hacer las conclusiones y las recomendaciones pertinentes para poder maximizarla.

La investigación se distribuye de la siguiente manera; el primer capítulo Fundamentos de la investigación, se centra en la concepción de la idea general que se quiere explorar, identificar y plantear del problema existente, generar las preguntas a responder así como los objetivos que se pretenden alcanzar, con base en el conocimiento previo están plasmadas las hipótesis que darán respuesta y así mismo justificar el análisis y determinar los medios mediante los cuales se realizará, para indicar el alcance y la utilidad de la misma.

En el capítulo 2 Marco referencial, se presenta el panorama actual de este sector en México, pasando a la explicación de la regionalización turística del estado y se justifica la selección de los municipios que se emplearán en el presente estudio, abarcando las características específicas de cada uno para entender su composición en varios aspectos y poder explicar por qué funcionan como destino turístico, finalizando con la descripción de los factores internacionales del destino.

El tercer capítulo es el Marco teórico y la revisión de literatura, donde se abordarán las teorías existentes que sirven para el propósito del tema en cuestión, se hablará de las teorías clásicas del comercio internacional que dan base al estudio, así mismo, las teorías relevantes sobre la competitividad. Además, se hace una revisión de literatura, donde se analizarán, los sistemas turísticos principales, la evolución de la ventaja comparativa a la competitiva en el turismo, el papel de la sostenibilidad en este tema, la explicación de un modelo de competitividad turística y el análisis del índice de competitividad turística más utilizado a nivel global, realizado por el World Economic Forum (WEF), traducido como el Foro Económico Mundial en español.

El 4º capítulo abarca la Metodología, se revisarán los pasos que se siguieron para la construcción del índice de competitividad regional de la región lacustre de Michoacán, se iniciará explicando los pasos del método en la investigación científica que se debe seguir, enseguida el uso de una matriz de frecuencia para determinar las variables independientes y los instrumentos utilizados para obtener los datos, así como la determinación del universo y la muestra del estudio, posteriormente se explicará el análisis factorial que se utilizó para el tratamiento de los datos en la generación del índice.

El contenido del capítulo 5, tiene los resultados de las pruebas, comenzando con la prueba de fiabilidad y las frecuencias del cuestionario, enseguida se presentan las evaluaciones concluyentes por cada una de las dimensiones establecidas, así como el índice de cada una para finalizar con la construcción del índice de competitividad total de cada uno de los municipios establecidos.

## **CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente capítulo, se inicia planteando del problema existente en la zona de interés donde se aborda la situación del turismo en el país y en el estado respectivamente, enseguida se generan las preguntas que se buscan responder y los objetivos que se pretenden alcanzar con este estudio, además, se procede con las hipótesis correspondientes, finalizando con la justificación del análisis y el alcance de la misma.

### **1.1 Planteamiento del problema**

En el marco de la globalización, la necesidad de competir es vital, el comercio con el resto del mundo es cada vez más utilizado y se vuelve en una herramienta útil en la economía de los países. De acuerdo al estudio de la economía internacional, en las diferentes teorías del comercio que abarca, a grandes rasgos, un país debe analizar sus ventajas y explotaras, maximizar su producción y estudiar al consumidor, minimizar riesgos y aperturarse a nuevas tendencias, todo esto con el fin de obtener un crecimiento económico (Appleyard & Field, 2003).

La competitividad turística, se puede lograr a través de la generación de una combinación óptima de productos y servicios, haciendo uso de los recursos como por ejemplo los naturales, los culturales, las nuevas tecnologías, los medios de transporte más sofisticados y menos costosos, etcétera, con el fin de generar no solo crecimiento económico, sino sostenibilidad a largo plazo.

El ranking mundial del turismo internacional del 2019, muestra a México en el 7° lugar por llegada de turistas en el 2018 y 2019, posicionándose entre los 10 países más visitados del mundo, pero el lugar que ocupa por los ingresos obtenidos de este sector fue el 17° en los mismos periodos, en la siguiente tabla se muestra la información que generó ese indicador:

**Tabla 1 Principales destinos turísticos en el mundo**

Por ingreso de Divisas (miles de millones de dólares)					Por llegada de Turistas (millones de turistas)				
Clasificación		País	Año		Clasificación		País	Año	
2018	2019		2018	2019	2018	2019		2018	2019
1	1	EUA	214.5	193.3	1	1	Francia	89.4	90.2
2	2	España	73.8	79.7	2	2	España	82.8	83.5
3	3	Francia	67.4	63.5	3	3	EUA	79.7	79.4
4	4	Tailandia	63.0	59.8	4	4	China	62.9	65.7
6	5	Reino Unido	51.9	52.7	5	5	Italia	61.6	64.5
5	6	Italia	49.3	49.6	6	6	Turquía	45.8	51.2
9	7	Japón	41.1	46.1	7	7	México	41.3	45.0
7	8	Australia	45.0	45.7	10	8	Tailandia	38.2	39.8
8	9	Alemania	43.0	41.8	8	9	Alemania	38.9	39.6
10	10	Macao (China)	40.2	40.1	9	10	Reino Unido	38.7	39.4
11	11	China	40.4	35.8	12	11	Austria	30.8	31.9
18	12	Emiratos Arabes Unidos	21.4	30.7	11	12	Japón	31.2	31.9
13	13	India	28.6	30.7	13	13	Grecia	30.1	31.3
15	14	Turquía	25.2	29.8	15	14	Malasia	25.8	26.1
12	15	Hong Kong (China)	36.7	28.9	17	15	Portugal	22.8	24.6
14	16	Canadá	21.9	28.0	16	16	Rusia	24.6	24.6
17	17	México	22.5	24.6	14	17	Hong Kong (China)	29.3	23.8
16	18	Austria	23.0	22.9	19	18	Canadá	21.1	22.1

Fuente: Elaboración propia con base en el Ranking Mundial del Turismo Internacional (OMT, 2020).

Con esos datos, se puede observar que México es uno de los destinos turísticos preferidos en el mundo por los viajeros, esto puede explicarse debido a su riqueza cultural, a su vasta biodiversidad, a la reconocida gastronomía, al clima templado y caluroso, etcétera, sin embargo, se puede asumir a priori, dado la baja posición que tiene en comparación con los ingresos, que se tiene un gran problema; el sector del turismo tiene una baja competitividad, aunado a ello, existe poca investigación sobre la competitividad turística internacional en este país.

Concretamente en Michoacán, existe el mismo caso, pero a una menor escala; ofrece riqueza natural, gastronómica y cultural, además de contar con una amplia variedad de actividades y celebraciones, sin embargo, no es uno de los destinos preferidos de los extranjeros. De los ya mencionados 45 millones de turistas internacionales que visitaron México en el 2019 (ver tabla 1), solo 28.9 millones de ellos llegaron a un establecimiento de hospedaje y pudieron ser registrados en su destino, con esos datos se puede conocer la distribución del turismo extranjero en las

diferentes entidades federativas, Michoacán ocupó el lugar 18 con 241,038 viajeros hospedados como se observa enseguida:

**Tabla 2** *Actividad hotelera en México por Entidad Federativa 2019*

Posición	Estado	Llegada de Turistas Extranjeros
1	Quintana Roo	13,507,678
2	Ciudad de México	2,258,738
3	Baja California Sur	2,122,284
4	Jalisco	1,417,808
5	Baja California	1,414,305
6	Nayarit	942,226
7	Sinaloa	893,345
8	Puebla	791,148
9	Yucatán	637,766
10	Chihuahua	561,916
11	Chiapas	560,362
12	Nuevo León	496,312
13	Campeche	441,776
14	Guerrero	329,184
15	Oaxaca	271,519
16	Estado de México	271,043
17	Morelos	266,377
18	Michoacán	241,038
19	Veracruz	238,741
20	Coahuila	224,779
21	San Luis Potosí	167,760
22	Tamaulipas	157,525
23	Guanajuato	151,210
24	Sonora	142,691
25	Querétaro	98,301
26	Aguascalientes	80,934
27	Zacatecas	65,476
28	Colima	53,884
29	Tabasco	53,664
30	Hidalgo	28,644
31	Tlaxcala	21,027
32	Durango	17,641
	<b>Total general</b>	<b>28,927,102</b>

Fuente: Elaboración propia con base en el Compendio Estadístico de Turismo 2020 (SECTUR, 2021).

La región lacustre de Michoacán, que es el objeto de estudio del presente trabajo, se ubica en toda la zona que rodea el lago de Pátzcuaro, consta de un gran número de pueblos y localidades que están repartidas entre los municipios de

Pátzcuaro, Quiroga, Tzintzuntzan, Erongarícuaro, Salvador Escalante, Huiramba, Madero, Tacámbaro, Coeneo, Tingambato y Zacapu. La región en si es diversa, muestra desde la típica vista al lago y sus islas, hasta pueblos con centros ceremoniales prehispánicos, tienen una biodiversidad de flora y fauna muy extensa, con la existencia única en el mundo del pescado blanco, hay riqueza cultural en sus comunidades indígenas reflejada en la gastronomía, las artesanías, sus costumbres y tradiciones. Aunque cuenta con factores potencialmente competitivos, es un destino turístico poco explotado y conocido en el ámbito global, ninguno de los municipios que la componen perciben una alta afluencia turística internacional, que los denote comparada con otros centros turísticos.

El Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México (DATATUR), en el año 2003 comenzó a realizar una base de datos sobre destinos turísticos para monitorearlos con fines de comparabilidad, desde entonces se han agregado o se han dado de baja varios de ellos por diferentes motivos, por lo cual se realiza un ajuste anual, en el 2020 presentó un informe con los 70 centros turísticos que se han mantenido durante los últimos 10 años bajo monitoreo, ofreciendo así las estadísticas 2009-2019 de la actividad hotelera. En función de dicha información, a continuación, se muestran los 10 sitios turísticos más visitados por los extranjeros en ese periodo, donde se visualiza el porcentaje de ocupación hotelera total, que está medida en función de: los cuartos utilizados/los cuartos disponibles, y partiendo de esa proporción, se identifica cuánto de ese porcentaje pertenece a los turistas nacionales y cuánto a los extranjeros.

**Tabla 3** *Porcentaje de ocupación de cuartos por nacionales y extranjeros*

Centro Turístico	% Ocupación Total	% Ocupación Nacionales	% Ocupación Extranjeros
Playacar	77.7%	0.9%	76.8%
Akumal	75.7%	0.8%	74.8%
Otros Riviera Maya	70.3%	1.0%	69.3%
Playa del Carmen	66.8%	1.9%	64.9%
Cabo San Lucas	66.2%	10.0%	56.2%
Zona Corredor los Cabos	52.0%	9.3%	42.7%
San José del Cabo	55.9%	15.3%	40.6%
Cancún	69.7%	16.2%	40.2%
Nuevo Vallarta	68.6%	30.0%	38.6%
Otros Los Cabos	62.5%	6.4%	31.5%
*Cancún tiene 13.3% y Otros Los Cabos 24.6% de ocupación sin clasificar.			

Fuente: Elaboración propia con base en el Compendio Estadístico de Turismo 2020 (SECTUR, 2021).

El turismo podría ser una herramienta clave para el crecimiento económico, en el caso específico de la región lacustre del estado, hay recursos disponibles y mucho trabajo por hacer para incrementar el nivel de su competitividad, concretamente se identifica que no es un destino turístico posicionado en las tendencias de los turistas internacionales que llegan a México y hacen falta estudios del tema sobre esta región en particular, para poder aplicar los modelos actuales de competitividad turística internacional e incrementar su nivel competitivo.

## 1.2 Preguntas de la investigación

Las preguntas de la investigación son las interrogantes que se pretenden resolver para dar directriz a la investigación, éstas guían el rumbo para lograr la solución deseada, en este sentido se entiende que están relacionadas con cada uno de los objetivos concretos.

### 1.2.1 Pregunta general

¿Cómo medir la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán?

### 1.2.2 Preguntas específicas

- ¿Cuáles son las principales variables que determinan el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán?
- ¿En qué medida influye cada variable en la construcción de un índice que mida en el nivel de competitividad turística del destino estudiado?
- ¿De qué manera se puede incrementar la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán?

### 1.3 Objetivos de la investigación

Los objetivos son en sí la aspiración deseada de la investigación y representan la resolución de las preguntas planteadas, siendo neutrales, concisos y detallados para evitar desconcierto en el rumbo del análisis.

#### 1.3.1 Objetivo general

Crear un índice que mida la competitividad turística, construido especialmente para la región lacustre de Michoacán.

#### 1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar las principales variables que determinan el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán.
- Determinar en qué medida impactan cada una las variables en el índice que mide en el nivel competitividad turística en la región analizada.
- Generar las recomendaciones necesarias mediante las cuales se puedan corregir las deficiencias existentes en el turismo y así poder incrementar la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán.

## 1.4 Hipótesis de la investigación

Las hipótesis de la investigación son un desciframiento previo que responde a las preguntas formuladas, de cierta manera son una predicción de la resolución del problema que se obtendrá dados los objetivos.

### 1.4.1 Hipótesis general

Un índice de competitividad turística especial para la región lacustre de Michoacán refuerza el análisis adecuado de las variables específicas de la zona.

### 1.4.2 Hipótesis específicas

- La competitividad turística de la región lacustre de Michoacán está determinada por los recursos naturales y culturales, el capital humano y tecnológico, la infraestructura y la función gubernamental.
- Existe un impacto positivo de cada una de las variables en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán, que, si se mejoran cada una, se puede incrementar el grado de competencia.
- Un índice que mida la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán, puede permitir que los agentes involucrados fomenten el aprovechamiento de sus aptitudes y modifiquen sus carencias.

## 1.5 Justificación

En la justificación se expresan los motivos por los cuales la investigación es considerada apta y necesaria, a través de ella se busca dar validez a la misma y así mismo explicar su funcionalidad y las aportaciones que puede dar al estudio científico.

### 1.5.1 Trascendencia y conveniencia

Es importante analizar por qué aun a pesar de contar con bastos recursos y múltiples ventajas, la región lacustre de Michoacán no ha podido ser un destino turístico posicionado en las preferencias de los visitantes internacionales, como en el

caso de otros lugares similares del país. Hay que determinar en qué grado, las desventajas existentes y falta de atención y apoyo por parte de las autoridades, impactan en la baja competitividad de esta zona.

La competitividad turística regularmente se mide con los factores que afectan directamente el sector, sin embargo, es conveniente revisar cómo impacta en el desarrollo de una región, analizar la influencia que tiene en la calidad de vida de los pobladores para considerar si ha mejorado o no la situación económica de dichos lugares, con base en estos aspectos se puede hacer una retroalimentación y generar así recomendaciones adecuadas.

### 1.5.2 Relevancia e implicaciones

Si la sociedad conoce los pasos que se han dado en materia de turismo, entiende los resultados que se han obtenido y discierne los diferentes caminos existentes dadas sus limitaciones; las empresas, el gobierno y la población en general podrán tener una perspectiva amplia para poder elegir cómo utilizar sus factores y así comerciar con el mundo de manera más eficiente para obtener beneficios superiores, no solo se trata de ofrecer lugares para el turismo, sino de analizar de acuerdo a los objetivos, nuevas alternativas y propuestas para llegar a obtener ventajas competitivas, de las cuales se tiene la capacidad, buscando al mismo tiempo la sustentabilidad para el futuro.

La investigación expuesta en el presente documento puede servir para saber cómo los recursos naturales y culturales, el capital humano y tecnológico, la infraestructura y la función gubernamental, impactan en la medición de la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán, de esta manera, se pueden sugerir propuestas apropiadas para impulsar el crecimiento de la competitividad en esta región. Entender la singularidad de cada uno de esos factores, su importancia y comportamiento, es beneficioso y de gran relevancia para poder guiar la toma de decisiones en materia de Negocios Internacionales y así incrementar la competitividad.

### 1.5.3 Valor y Utilidad

Estudiar la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán, medir las variables que lo explican y realizar un análisis de ello, puede aportar contemplaciones distintas en varios campos de acción del turismo internacional para Michoacán, al gobierno le puede servir para generar políticas públicas que impulsen e incrementen dicha competitividad, reformar o proponer tratados y leyes que beneficien los factores escasos y que exploten los abundantes, además, el análisis detallado de cada variable puede manifestar el grado de afectación que tienen en el índice de competitividad, encontrar las explicaciones cuantificables específicas que ayudan incluso a pronosticar los resultados deseados, aunado a ello, puede servir para optar por fortalecer ciertos aspectos que ayuden a salir de una crisis no prevista como la vivida con la pandemia del coronavirus por ejemplo.

Aunque ya existen estudios realizados sobre la competitividad turística internacional, el presente trabajo se centra en la zona que rodea el lago de Pátzcuaro del estado de Michoacán y aporta variables determinantes que no se han estudiado específicamente en este lugar y en su conjunto, esta perspectiva aporta una visión amplia de las implicaciones y consecuencias en el sector del turismo, en resumen, es una nueva propuesta de investigación.

### 1.5.4 Viabilidad de la Investigación

La investigación presentada en este documento es factible dadas las condiciones que se mencionarán enseguida:

- El tiempo necesario para desarrollar el trabajo es óptimo, ya que la duración del Programa de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales (MCNI) que imparte el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), comprende 2 años, los cuales son suficientes para lograr los objetivos establecidos.
- La MCNI del ININEE pertenece al Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), a los

cuales se impulsa con una beca para fomentar la generación de conocimiento y contribuir así al desarrollo del país, por lo cual los recursos económicos necesarios para la dedicación completa son suficientes y son abastecidos gracias a ésta política pública.

- La información necesaria para el tema a tratar está disponible en las bases de datos oficiales proporcionados por instituciones acreditadas, lo cual asegura su fiabilidad.
- Para la investigación de campo se requieren encuestadores no especializados y dado el horizonte espacial que abarca el estudio, la investigadora cuenta con un equipo de 8 personas con estudio mínimo de preparatoria terminada, a las cuales se instruyó sobre los aspectos generales del trabajo que son necesarios para tomar muestras con cuestionarios previamente realizados.

#### 1.6 Alcances y limitaciones de la investigación

Los alcances de la investigación hacen referencia a la capacidad que tiene el estudio, es decir, lo que comprende y hasta dónde puede llegar, por otra parte, las limitaciones exponen el condicionamiento al que está sujeto el análisis y acotan su utilidad.

##### 1.6.1 Alcances

El presente trabajo abarca el análisis de la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán, dando un enfoque con las diversas variables, que se cree, generan esta competitividad, aportando un nuevo estudio ya que no hay investigaciones de esta índole en la zona, generando propuestas para los agentes del turismo y que tengan una herramienta importante para obtener crecimiento económico.

La tesis que se expone puede servir como una guía de actuación para los estudiantes en materia de negocios internacionales, turismo, políticas públicas, etcétera, dando una pauta para futuras líneas de investigación, en ese sentido puede ser también útil para los profesores e instituciones que estudian estos campos, de la

misma manera puede por los agentes participantes en el turismo de la región y para los gobernantes que requieren un rumbo adecuado para la toma de decisiones.

### 1.6.2 Limitaciones

La principal limitación es que el análisis se realiza a la región lacustre de Michoacán únicamente y esto restringe la visión que se pueda tener en comparación con otras regiones del país que pueden tener variaciones demográficas, económicas y culturales, trayendo una dificultad para poder emplearlo en otro sitio.

Otra limitación es el periodo en que se realiza el análisis, dado que la generación del índice de competitividad se realiza durante el año 2022, año en el que se levantaron las encuestas, sin embargo, los datos extraídos de las fuentes oficiales no pertenecen todas al mismo año, debido a que cada uno de los indicadores formados por estos datos, miden diferentes elementos y provienen de distintas instituciones que tienen establecida la periodicidad en que llevan a cabo el conteo de dichos elementos, de esta forma, solo se tiene la opción de recabar el dato disponible más reciente.

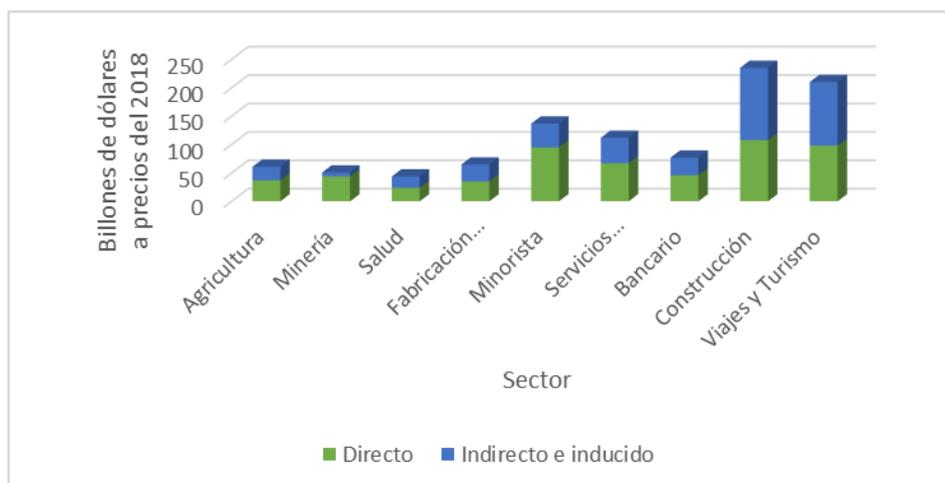
## CAPÍTULO 2. MARCO REFERENCIAL

El capítulo que se muestra a continuación, comienza con un breve repaso de la situación residente del turismo en el país, prosigue con la descripción del estado en particular y la forma en que se regionaliza el turismo en él, de manera más concreta se reduce la descripción a la región lacustre del estado y se delimita la selección de los municipios que se emplearán en el estudio, concluye con las características específicas de cada uno y un apartado que abarca los datos que proporcionan internacionalización a este destino.

### 2.1 Panorama del turismo en México

Para saber qué tan importante es un sector en la economía de un país, se necesita medir la aportación que éste hace a la producción nacional, claro que todos cuentan por pequeños que sean, pero es necesario ubicar el grado de su contribución para poder estudiarlo en lo particular, simplemente hacer una comparación con los demás sectores. El WTTC (2019) publicó en su página de internet un estudio que realizó a nuestro país, mostrando en él, que el turismo es una de las actividades económicas más importantes en México, este sector es de los que más aporta al PIB nacional (17.2 %) y genera impactos directos, indirectos e inducidos en la economía, posicionándolo como uno de los sectores más fuerte, se muestra el resultado de dicho estudio en la siguiente gráfica:

**Gráfica 1** Impacto del PIB de México por sectores 2018



Fuente: Elaboración propia con base en el informe ¿Cómo se comparan los viajes y el turismo con otros sectores? (WTTC, 2019).

## 2.2 El estado de Michoacán y sus regiones turísticas

Michoacán es uno de los 31 estados que conforman a México, está situado en el centro-oeste del país, fue sede del imperio purépecha y se caracteriza por ser un estado lleno de tradiciones ancestrales y hermosos paisajes, ha sido reconocido por sus 9 pueblos mágicos: Cuitzeo del Porvenir, Jiquilpan de Juárez, Mineral de Angangueo, Pátzcuaro, Paracho de Verduzco, Tacámbaro, Santa Clara del Cobre, Tlalpujahu de Rayón y Tzintzuntzan (SECTUR, 2020). El estado además es famoso por su exquisita gastronomía y sus bellas festividades. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), consta de 113 municipios repartidos en sus 58,598.7 km<sup>2</sup> de territorio, su capital y ciudad más poblada es Morelia, se hablan en el estado 3 idiomas; el español, tarasco y náhuatl principalmente (2020).

Michoacán es un territorio muy diverso, que tiene playas, sierra, bosque, lagos, ríos y zonas urbanas, por lo que ha sido y puede ser dividido en varias regiones, de acuerdo al criterio que se pretenda examinar, ya sea por su geografía, por la economía, demografía, etcétera. Para los fines del presente estudio, se analizan las regiones dividiendo el estado de acuerdo al turismo, son 6 regiones en total, en los siguientes párrafos se mencionan de manera breve.

1. Región Centro (Morelia): esta región está encabezada por la ciudad capital y sus alrededores, es la zona económica más importante del estado y la mayormente urbanizada de acuerdo a los datos oficiales en los censos, Morelia con su arquitectura colonial y varios festivales internacionales, en 1991 la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) en español Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, la declaró como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Esta región tiene varios pueblos típicos como Charo, Tarímbaro, Capula, también cuenta con manantiales de agua termal y diferentes parques acuáticos en Huandacareo, Araró, Zinapécuaro y Coitzio. El clima es mayormente templado y se ubica al centro y norte del estado.

2. Región Lacustre (Pátzcuaro): la región lacustre tiene orígenes prehispánicos que muestra grandemente a través de sus artesanías y tradiciones, es un lugar lleno de zonas arqueológicas en Tzintzuntzan e Ihuatzio por ejemplo, ya que fue el corazón del imperio purépecha, hay localidades emblemáticas y reconocidas por sus festividades como Quiroga y Pátzcuaro, Islas típicas del lago como Janitzio y muchos pueblos artesanales como Santa Fe de la Laguna o Tócuaro entre otros, todo lo que rodea el lago de Pátzcuaro la conforma y tiene un clima más frío que el centro del estado.

3. Región de la Meseta purépecha (Uruapan): en esta región se encuentra la mayor riqueza natural de Michoacán con bosques abundantes y cascadas como en Taretan y Nuevo Urécho, tierras sumamente fértiles que dan lugar a la capital mundial de producción de aguacate y cuenta con variedad de parques turísticos en los alrededores de la ciudad de Uruapan, se encuentran pueblos purépechas de los más antiguos como Tingambato con zona arqueológica y elaboración artesanal de productos emblemáticos en Paracho, San Juan Nuevo, Tarecuaro, etc., regularmente cuenta con un clima templado.

4. Región Oriente (Zitácuaro): es una zona de gran vegetación y amplios bosques como se puede ver en Los Azufres, tiene clima variado y se le conoce también como el país de la mariposa monarca, siendo ese su mayor atractivo en Ocampo por

ejemplo, hay pueblos mineros como Angangeo y algunos de origen Otomí como Zitácuaro, al sur hay poblados de tierra caliente como Huetamo y San Lucas que dan a conocer gastronomía muy reconocida y centros religiosos concurridos, hay también balnearios y presas en Contepec y Tepuxtepec, notables artesanías en Tlalpujahua y Tlalpujahuilla.

5. Región Occidente (Zamora): su principal municipio fue fundado por españoles y al igual que en otros sitios de esta índole, hay abundante arquitectura colonial, el comercio en la zona de Zamora fue la principal en el estado anteriormente, hay pueblos de gran tradición artesanal como San José y Tarécuaro, emblemáticos rebosos de la Piedad o huaraches de Sahuayo, tiene también un hermoso lago de agua cristalina en Camécuaro, esta región cuenta con la Cañada de los 11 pueblos, que es un valle lleno de poblados típicos, cultura purépecha y variedad gastronómica.

6. Región de la Costa y del Valle de Apatzingán (Lázaro Cárdenas y el valle de Apatzingán): aquí se abarca desde la Sierra Madre del Sur atravesando por zonas de tierra caliente como Apatzingán ricas en producción de diversos frutos, hasta la costa del Pacífico donde hay playas para deportes de aventura como el surf en Nexpa y Ticla, también hay playas con acantilados, bahías, caletas en Maruata, Cleta de Campo, San Juan de Alima, entre otras, en varias de las playas de Michoacán hay desove y reproducción de tortugas marinas y en Lázaro Cárdenas un gran complejo portuario de talla internacional.

Las 6 regiones mencionadas y sus características fueron realizadas en base al libro “El estado de Michoacán y sus regiones turísticas” (Mercado Vargas & Palmerín Cerna, 2012).

## Plano 1 Regiones Turísticas de Michoacán



Fuente: Elaboración propia (2022).

Esta división es una regionalización estándar y como ya se mencionó, no es la única que existe, la primera regionalización de este tipo la llevó a cabo en 1974 cuando surgió la Dirección General de Desarrollo Regional y en todos los estados del país se crearon los Comités Estatales de Planeación para del Desarrollo, que estudiaron y determinaron el agrupamiento de municipios específicos, basado en las características comunes que comparten, agrupándolos para conseguir así un criterio más uniforme al buscar estrategias de desarrollo en las mismas, y así crear las acciones recomendables más aptas y que éstas actúen en base a las necesidades específicas de cada una de las diferentes regiones, esto de acuerdo a la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU, 2013).

### 2.3 La región lacustre del estado de Michoacán

La presente investigación se centra en el estudio de la competitividad turística internacional de la región lacustre de Michoacán, dicha región está unificada por su zona geográfica y turística, abarca los pueblos y ciudades ubicados en los alrededores de la cuenca del Lago de Pátzcuaro, existe en ella la mayor variedad artesanal del

estado, que abarca múltiples ramas y son de origen prehispánico, en esta zona muchas comunidades siguen manteniendo el purépecha como su idioma oficial y es de los lugares turísticos más importantes del estado, está conformada de la siguiente manera:

### Plano 2 Región lacustre de Michoacán



Fuente: Elaboración propia (2022).

Así bien, como ya se ha mencionado, el estado en general es muy diverso, aunque esta es una región que tiene características comunes, es basta en muchos aspectos, cada una de las localidades que conforman la región lacustre de Michoacán tienen su propia historia, costumbres, artesanías, monumentos y centros ceremoniales, así como también cuentan con diferencias en sus factores geográficos ya que hay lagos, bosques y montañas que hace de esta zona un lugar sumamente diverso.

A continuación, se mencionan los principales municipios que conforman dicha región, así como las localidades más grandes que hay en ellos:

- Municipio de Pátzcuaro; conformado también por Cuanajo, Tzurumútaró, Huecorio, Las Urandenes, Isla de Yunuén, Isla de Janitzio, Isla de Tecuen y San Pedro Pareo.
- Municipio de Quiroga; además constituido por las comunidades de Santa Fe de la laguna, San Jerónimo Purenchécuaro, Chupícuaro y San Andrés Tziróndaro.
- Municipio de Tzintzuntzan; incluye los poblados de Ihuatzio, Cucuchucho, la Isla de Pacanda, Sanabria, Ichupio, Tarerio, Ucasanástacua y Santa Cruz.
- Municipio de Erongarícuaro: está conformado por la Isla de Jarácuaro, San Francisco Uricho, Puácuaro, Tócuaro, Arócutin, Napízaro, San Miguel Nocutzepo y San José Oponguio.
- Municipio de Salvador Escalante: en este municipio se encuentran los pueblos de Santa Clara del Cobre, Opoepo y Zirahuén.
- Municipio de Huiramba; lo componen El Pedregal, El Sobrado y Tupátaro.
- Municipio de Madero; encontramos a Villa Madero, Etúcuaro, San Diego Curucupatzeo y La Cumbre.
- Municipio de Tacámbaro; compuesto además por Pedernales, Tecario y Chupio.
- Coeneo: Zipiajo, Santiago Azajo, Comanja.
- Tingambato: Pichataro, Tupátaro, La escondida.
- Zacapu; Tiríndaro, Naranja de Tapia, Cantabria (Mercado Vargas & Palmerín Cerna, 2012).

#### 2.4 Delimitación del campo de estudio

La región lacustre conformada por los municipios antes mencionados, tiene diferencias notorias en el tamaño de cada municipio, en las actividades a las que se dedican y la población en general, para los fines del presente trabajo, se hará una selección de los municipios que se dedican principalmente al turismo, ya que no

tendría sentido aportar datos de lugares que, aunque sean parte de esta zona, tengan distintas actividades económicas como principal ejercicio.

El PIB indica el valor de todos los bienes y servicios producidos durante un periodo en una región, del PIB nos interesa específicamente el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT), que abarca el valor de los bienes procedentes de todas las industrias que intervienen en el turismo, el PIBT está compuesto por:

- Los servicios de alquiler y negocios.
- El transporte de pasajeros.
- Los bienes y artesanías.
- Los restaurantes, bares y centros nocturnos.
- El comercio.
- El alojamiento.
- Las segundas viviendas.
- Los servicios de esparcimiento.
- Las agencias de viaje y tour operadores y los tiempos compartidos.
- Otros servicios (INEGI, 2020).

No es conveniente considerar el monto total que cada municipio aporta por el PIBT, ya que, al tener diferencias significativas entre ellos, se estaría haciendo una comparación injusta, lo ideal es revisar y comparar el PIBT sobre el PIB total de cada uno, así se puede apreciar cuáles son los municipios que tienen mayor participación en materia turística. A continuación, se detalla un resumen del PIBT en los 11 municipios de la región lacustre en orden alfabético:

**Tabla 4 PIB Turístico Municipal 2018 y 2019**

Municipio	PIB Municipal 2018 (A)	PIB Turístico Municipal 2018 (B)	Participación en % del Turismo en el municipio (B/A)	PIB Municipal 2019 (C)	PIB Turístico Municipal 2019 (D)	Participación en % del Turismo en el municipio (C/D)
Coeneo	219,509,476			219,292,200		
Erongarícuaro	187,213,065	18,017,007	9.62%	187,027,757	18,881,625	10.10%
Huiramba	89,444,163			89,355,629		
Madero	272,138,802			271,869,433		
Pátzcuaro	5,421,010,530	3,137,459,709	57.88%	5,415,644,688	3,288,023,209	60.71%
Quiroga	1,008,566,788	477,171,277	47.31%	1,007,568,485	500,070,241	49.63%
Salvador Escalante	1,020,273,364	102,802,925	10.08%	1,019,263,474	107,736,333	10.57%
Tacámbaro	2,800,661,541	348,481,345	12.44%	2,797,889,381	365,204,610	13.05%
Tingambato	427,619,561			427,196,294		
Tzintzuntzan	236,075,175	94,026,656	39.83%	235,841,502	98,538,900	41.78%
Zacapu	10,420,589,899	373,892,208	3.59%	10,410,275,357	391,834,915	3.76%
(Pesos constantes a precios de 2013) (Millones de pesos a precios de 2013)						

Fuente: Elaboración propia en base al informe El PIB Turístico Estatal y Municipal 2018-2019 (SECTUR, 2020).

Para la selección de los municipios que serán objeto de este estudio, se tomaron en cuenta los que cuentan con una mayor participación en porcentaje del PIB turístico, con respecto al PIB municipal total y como se observa en la tabla anterior, estos son: Pátzcuaro, Quiroga y Tzintzuntzan.

Con la información del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), Secretaría de Economía (SE), SECTUR, INEGI y algunas páginas web de información, a continuación, se describen las particularidades de estos destinos turísticos, que los hacen un lugar único y especial. Se explica su denominación y el significado del mismo así como una breve reseña para conocer su origen, se especifica la ubicación geográfica de cada uno de ellos con un mapa y datos del territorio, se menciona también el clima que predomina y el promedio durante el año ya que es un factor importante para los turistas, se habla un poco sobre su demografía para conocer su población, y se señalan las actividades económicas más relevantes de cada municipio medido en unidades, también se mencionan los atractivos turísticos con los que cuentan y las festividades que llevan a cabo y que son

emblemáticas. Todo ello con el fin de comprender las cualidades que conforman estos sitios y que los han posicionado como lugares turísticos.

#### 2.4.1 Pátzcuaro

La ciudad de Pátzcuaro fue parte del imperio purépecha que consideraba al lago como un lugar espiritual, en la época colonial, el obispo Don Vasco de Quiroga mantuvo una estrecha relación con los indígenas de este lugar, fue amado y querido por la ayuda que les brindaba, movió la capital del estado a este pueblo, donde fundó escuelas y hospitales para la ayuda de la población. Se puede encontrar al día de hoy en sus calles y jardines, una mezcla única de la cultura indígena y la europea en sus múltiples edificaciones emblemáticas y es el lugar más representativo del festejo del día de muertos. Pátzcuaro tiene la denominación de “Pueblo mágico” y además de esta ciudad, este municipio tiene otras comunidades que lo conforman, las más importantes son Cuanajo, ubicado en las faldas del cerro del burro, conocido como la cuna del mueble artesanal por sus elaboraciones de madera y ropa bordada, también está Tzurumútaro que se dedica principalmente a la agricultura, Las Urandenes e Isla de Yunuén que se dedican a la pesca y la Isla de Janitzio que es el principal atractivo turístico del lago.

##### 2.4.1.1 Denominación y origen

Pátzcuaro fue fundada por los purépechas o tarascos alrededor del año 1300. Su nombre significa “la puerta al cielo” ya que esta cultura creía que el lago era una especie de portal donde ascendían y descendían los dioses, por este motivo fue uno de los principales centros religiosos de esa civilización (SECTUR, 2019).

Después de la conquista de los españoles, en el año 1538 se fundó el obispado en Michoacán que fue trasladado a Pátzcuaro, convirtiéndola en la capital del estado, el primer obispo Vasco de Quiroga llamado Tata Vasco por los purépechas, tuvo un papel muy importante en este lugar al brindar apoyo a sus habitantes lo que generó que varios españoles se enemistaran con él y para el año 1575 fundaran una nueva

ciudad en el valle de Guayangareo que después se llamó Morelia, quitándole así el papel de capital a esta ciudad (INAFED, 2018).

#### 2.4.1.2 Características geográficas y sociales

Se localiza al centro del estado, limita al norte con Tzintzuntzan, al este con Huiramba, al sur con Salvador Escalante, y al oeste con Tingambato y Erongarícuaro.

#### Plano 3 Ubicación de Pátzcuaro



Fuente: DataMéxico (SE, 2022).

- Superficie: 435,96 km<sup>2</sup>.
- Altitud: 2,154 mts.
- Latitud: 19° 30' 59" Norte.
- Longitud: 101° 36' 36" Oeste (Municipios de México, 2021).

En Pátzcuaro el clima en su mayoría es templado y tiene lluvias durante el verano. Durante el transcurso del año, la temperatura por lo regular oscila entre los 3 °C a 26 °C y rara vez baja a menos de 0 °C o sube a más de 29 °C. La mejor época del año para visitar Pátzcuaro con un clima templado es de abril a junio, el mes más caluroso es mayo y el más frío es enero:

**Tabla 5** *Temperatura en Pátzcuaro*

Temperatura	ene.	feb.	mar.	abr.	may.	jun.	jul.	ago.	sep.	oct.	nov.	dic.
Máxima	20 °C	21 °C	23 °C	25 °C	26 °C	24 °C	22 °C	22 °C	22 °C	22 °C	21 °C	20 °C
Promedio	12 °C	13 °C	15 °C	17 °C	18 °C	17 °C	16 °C	16 °C	16 °C	15 °C	13 °C	12 °C
Mínima	3 °C	4 °C	6 °C	8 °C	11 °C	12 °C	12 °C	12 °C	11 °C	9 °C	5 °C	4 °C

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Weather Spark (2022).

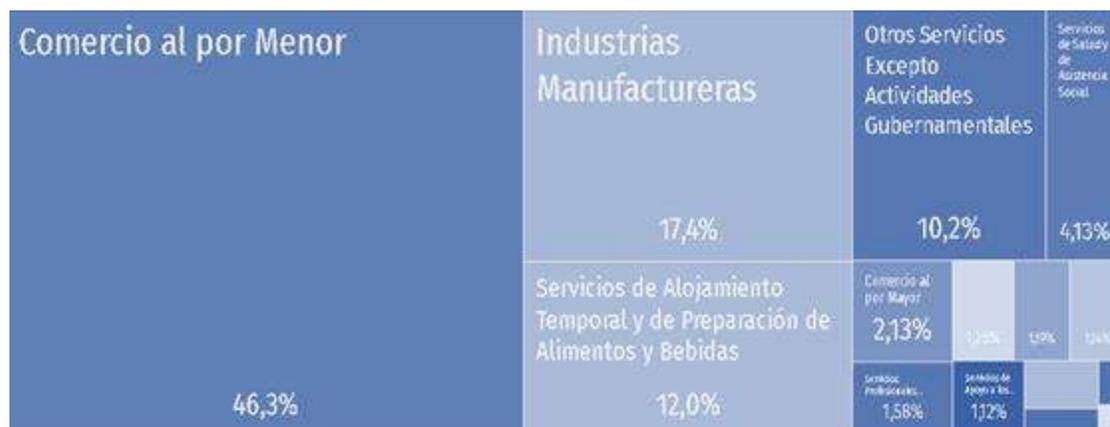
Su demografía es la siguiente:

- Gentilicio: Patzcuareense.
- Población: en el 2020, la población total de Pátzcuaro fue de 98,382 habitantes, siendo 52% mujeres y 48% hombres.
- Densidad de la población: 225.6 hab./km<sup>2</sup>.
- Crecimiento poblacional: comparado con el 2010, la población creció un 12.1% (INEGI, 2022).

En cuanto a su actividad económica, los datos del último censo en 2019, indica que los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en Pátzcuaro fueron:

- Comercio al por Menor (2,720 unidades).
- Industrias Manufactureras (1,022 unidades).
- Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (706 unidades) (INEGI, 2020).

**Figura 1** Unidades económicas según sector económico en 2019 Pátzcuaro



Fuente: DataMéxico (SE, 2022).

#### 2.4.1.3 Atractivos turísticos y festividades

Los atractivos turísticos son los lugares que crean interés en las personas que los visitan, son la huella de cada lugar, lo que ofrecen y lo que los embellece, en Pátzcuaro se encuentran los siguientes sitios emblemáticos:

- Antiguo Colegio de San Nicolás, que hoy en día es el Museo de Artes e Industrias populares: Este sitio lo fundó Don Vasco de Quiroga en el año de 1540 y mientras transcurría el siglo XVI fue sede del Colegio de San Nicolás, era el lugar donde se preparaban los jóvenes de España que querían ser sacerdotes, además también se usaba para enseñar a leer y a escribir a los purépechas, en 1580 el colegio fue trasladado a la nueva capital Morelia. Después de eso, tuvo varios usos, hasta que fue convertido en un museo en los años 40s, en él se representan y exhiben los oficios de los pueblos purépechas originarios y es el primero de este tipo en México. Se encuentra en la calle Don Vasco en el Centro Histórico de Pátzcuaro.
- Casa de los Once Patios, ex convento de Santa Catarina: La edificación fue construida en 1742 con 11 atrios que dan origen al nombre, donde establecieron un convento las Monjas Dominicanas. Después de un tiempo en abandono, los artesanos de la ciudad lo habilitaron como taller, exhibición y venta de artesanías, al construirse las calles laterales, los patios sufrieron una

modificación y actualmente solo conserva 5 de ellos, en los varios cuartos que hay alrededor de los patios se ofrecen múltiples artículos artesanales. Está ubicado en la calle de Madrigal de las Altas Torres, a media cuadra de la Plaza Vasco de Quiroga.

- Plaza Vasco de Quiroga: No se tiene el dato exacto, pero se comenzó a construir antes de 1573, en ese año se ordenaba la urbanización de las ciudades de las nuevas colonias, por lo que, al haber sido construida previamente, carece de la presencia de recintos religiosos, lo que la hace diferente a las demás. Está rodeada de monumentos históricos y en su fuente hay una estatua de bronce de Vasco de Quiroga esculpida en 1964 por Francisco de Zúñiga. Se localiza y es considerada el centro de la ciudad.
- Templo del Sagrario y Hospital de Santa Marta: En 1540 el obispo Vasco de Quiroga fundó un hospital con una pequeña capilla en este lugar, donde se hacía culto a “Nuestra Señora de la Concepción Salud de los Enfermos”, en 1603 comenzó la edificación del santuario y aunque el hospital decayó con los años, el culto aumentó y el lugar se reconstruyó en 1961 para ampliarse, se culminó en 1717 convirtiéndolo en templo y agregando diversos elementos que prevalecen hasta la fecha. Está localizado en Federico Tena Codallos en el Centro de Pátzcuaro.
- Basílica de Nuestra Señora de la Salud: Aunque no hay una fecha exacta disponible, si se sabe que este edificio fue mandado a construir por el Tata Vasco en el siglo XVI, cuyos restos descansan en este sitio, se edificó sobre antiguas ruinas de una pirámide purépecha que fungía como centro ceremonial, cabe mencionar que esto fue parte de la transformación religiosa que realizaron los españoles en muchas partes del país para crear el vínculo deseado con el culto católico, es el templo más importante de la ciudad y fue la catedral del estado hasta que en 1580 la capital se trasladó a la nueva ciudad de Morelia, en 1924 fue nombrada Basílica y ahí se venera a la Virgen de la Salud, de la cual existe una figura pasta de caña de maíz en el sitio, tan antigua como el templo mismo. Está ubicada en Gral. Benigno Serrato en la colonia Centro.

- **Palacio de Huitziméngari:** Es una mansión que fue construida en 1711, es considerada la construcción civil más antigua de Pátzcuaro y fue el hogar del príncipe Antonio de Huitziméngari, quien era descendiente de Tangaxuan II, el último Caltzontzin o emperador del imperio purépecha y a su vez fue ahijado de Antonio de Mendoza, el primer Virrey de la Nueva España, en la actualidad es la casa de las artesanías, donde se exhiben y venden los productos que elaboran los artesanos de la región. Se localiza en Portal de Vasco de Quiroga, Centro, a un costado de la plaza principal.
- **Ex Convento de San Agustín, Biblioteca Pública y Teatro Caltzontzin:** Fue construido con siete capillas en 1576 por los frailes Agustinos y utilizado como convento, en 1860 tras las Leyes de Reforma, se suspendió su uso religioso utilizándose para varias cosas hasta que lo dividieron, en 1936 del lado donde quedaron los restos del monasterio edificaron el Teatro Emperador Caltzontzin y en la parte del templo que se logró conservar, se aloja actualmente la Biblioteca Pública Gertrudis Bocanegra donde está el famoso mural de Juan O'Gorman que muestra artísticamente la historia de Michoacán. Este sitio se encuentra en Padre Lloreda, Centro.
- **Isla de Janitzio:** Es una de las 5 islas que se encuentran en el lago de Pátzcuaro, durante la conquista de los españoles fueron utilizadas como refugio por los purépechas y es por esto que tienen un fuerte arraigo indígena hasta la fecha, en la cúspide de la isla se encuentra la estatua de 40 metros del combatiente de la independencia de México José María Morelos y Pavón edificada en 1912, en el interior de este monumento se encuentra un museo que muestra un mural narrando la vida de este ídolo. Se puede llegar en lancha partiendo desde el muelle de Pátzcuaro.
- Además de los principales atractivos turísticos antes mencionados, se pueden encontrar otros más como el Templo y Ex Colegio de la compañía de Jesús (hoy Casa de la Cultura), la Fuente del Torito, La Plaza Gertrudis Bocanegra (Antigua Plaza de San Agustín), el Santuario de Guadalupe, el Templo de El Hospitalito, el Templo de San Francisco, la Plazuela de San Francisco, el Templo y Hospital de San Juan de Dios, la Pila de San Miguel, el Templo de El

Humilladero, el Templo de El Calvario, el Mirador El Estribo, la Plazuela de Lázaro Cárdenas, las Plazuelas de la estación de tren, el Mercado de artesanía de madera, el Muelle General y el Muelle San Pedro (Pátzcuaro.com, 2013; SECTUR, 2022).

Una de las mayores atracciones de un lugar turístico, son sus fiestas emblemáticas y eventos que generan interés para que los turistas lo elijan como destino en comparación con otros. Se presenta una recopilación de datos sobre las festividades que se realizan en Pátzcuaro, a continuación, se mencionan cronológicamente:

- 6 de enero. Día de los reyes magos: este día hay representación de pastorelas que van recorriendo las poblaciones aledañas.
- 17 de enero. Día de San Antonio Abad: los animales domésticos son vestidos y adornados para llevarlos a bendecir al templo.
- Fecha cambiante entre febrero y marzo. Carnaval: el domingo, lunes y martes que anteceden al miércoles de ceniza que marca el inicio de la cuaresma (se determina contando 40 días antes del domingo de pascua, de acuerdo al calendario católico), se encuentran los tradicionales toritos de petate bailando en las calles, con música y fiesta acompañándolos en su andar.
- 14 de marzo. Aniversario luctuoso de Don Vasco de Quiroga: en honor a este emblemático personaje, se realiza una semana cultural del 13 al 20 de marzo, con exposiciones de artesanías y conciertos de música.
- 19 de marzo. Día de San José Obrero: en la localidad de Huecorio se celebra con danzas, música y pirotecnia.
- Fecha cambiante entre marzo y abril. Semana Santa: se conmemora en la semana que antecede al domingo de pascua (es el primer domingo después de la primera luna llena de primavera en el hemisferio norte, de acuerdo al calendario católico), comienza el martes de esa semana y se realizan diferentes representaciones de pasajes bíblicos y procesiones como lo es El Viacrucis, Las Tres Caídas, El Desprendimiento, La Procesión del Silencio, La Procesión de los Santos Cristos, La Procesión del Cristo de la Tercera Orden, etc.

- 3 de mayo. Día de la Santa Cruz: se festeja principalmente en el barrio de la Cruz Verde, con danzas para pedir buen tiempo de siembra, acompañadas de música y comida.
- Fecha cambiante en junio. Jueves de Corpus Christi: se celebra el siguiente jueves después de la Fiesta de la Santísima Trinidad (de acuerdo al calendario católico), donde se realiza una procesión del Santísimo Sacramento por las calles del centro de Pátzcuaro, anteriormente los purépechas ya tenían esta celebración llamada Kuanikukua, en la cual dan gracias por las cosechas y se mezcló con el culto católico dando lugar a El Rejuego, que es la celebración tradicional con motivo del Corpus Christi pero acompañando esta procesión los habitantes lanzan pan, fruta, etcétera, para compartir su bendición.
- 25 de julio. Día de Santiago Apóstol: se acostumbra llevar a los caballos a bendecir a la basílica de Pátzcuaro en esa fecha.
- 5 al 10 de septiembre. Feria del Mueble y Virgen de Natividad en Cuanajo: el día de la Virgen de Natividad es el 6 de septiembre y se celebra con las danzas de Moros, música y la quema de un castillo, aunado se encuentra desde un día antes la feria del mueble con exposición y venta de muebles artesanales de madera.
- 28 de septiembre. Aniversario de la Fundación de la Ciudad: se conmemora el día que Vasco de Quiroga fundó la ciudad de Pátzcuaro, si bien ya existía, estaba despoblada a causa de la conquista española, hasta que él arribó y la comenzó a poblar de nuevo, se celebra cada año con desfiles y fuegos artificiales.
- 29 de septiembre. Día de San Miguel Arcángel: se festeja principalmente en el barrio de San Miguel, con música y comida.
- 30 de septiembre. Natalicio de Morelos: se realizan varios festejos en la isla de Janitzio, acompañados de danzas y música.
- 4 de octubre. Día de San Francisco de Asís: se conmemora con las danzas de Moros y soldados, además de fuegos pirotécnicos.

- 30 de octubre al 9 de noviembre. Tianguis Artesanal Pátzcuaro: es llevada a cabo una exposición y venta de artesanías de todo el estado en la Plaza Vasco de Quiroga.
- 31 de octubre. "Kuirsi-atakua": como preparativo que antecede la noche de muertos, en Janitzio se realiza una cacería ceremonial de patos.
- 1 al 2 de noviembre. Día de Muertos: esta es una celebración que recopila las tradiciones ancestrales y se mezclan con la religión católica, el día primero se festeja a todos los santos y el segundo día a los fieles difuntos, y aunque es una tradición arraigada en todo el país, en la Riviera del lago de Pátzcuaro encontramos la de mayor reputación, todos los pueblos de esta región se llenan de altares, veladoras, flores, ofrendas, danzas, música, comida, artesanías y múltiples actividades en torno al ritual.
- 5 al 9 de diciembre. Feria Anual Artesanal y Agrícola: llevada a cabo en honor a María Inmaculada de la Salud de Pátzcuaro.
- 7 al 8 de diciembre. Día de la Virgen de la Salud: siendo la patrona de la comunidad, es la más venerada y su fiesta es una de las de mayor importancia en Pátzcuaro, se presentan las danzas típicas, hay figuras gigantes hechas de cartón llamadas mojigangas que van bailando por las calles, exposición y venta de artesanías, bandas de música, desfiles, corridas de toros y jaripeos.
- 29 de diciembre. Exhibición y desfile de canoas de mariposas en la Isla de Janitzio: se lleva a cabo un despliegue y muestra de las barcas que usan los pescadores en la Isla de Janitzio, llamadas Ichárhuta, con las redes de pesca en forma de mariposas que son representativas de ellos (INAFED, 2018; Pátzcuaro.com, 2013; SECTUR, 2022).

#### 2.4.2 Quiroga

Su principal y más grande población, está en Quiroga, es la cabecera del municipio y es famosa por la preparación única de carnitas, su elaboración de artesanías y juguetes de madera y varias festividades religiosas que llenan el pueblo de fiesta y de visitantes, también la conforman las comunidades aledañas de Santa Fe de la laguna, un pueblo que tiene muy arraigada la cultura purépecha y se dedica en

su mayoría a elaborar artesanías de barro, está también San Jerónimo Purenchécuaro, un pueblo indígena donde trabajan de manera artesanal la madera y las fibras vegetales, se encuentra a Chupícuaro un pueblo a la orilla del lago de Pátzcuaro donde son famosos los bordados y las actividades al aire libre, San Andrés Ziróndaro aunque más pequeña, es una localidad tranquila también de cultura purépecha que forma parte de Quiroga.

#### 2.4.2.1 Denominación y origen

Quiroga es un paraje de origen purépecha y fue erigida desde la época prehispánica, no hay datos exactos de la fecha de su fundación, ya que en realidad fue una pequeña comunidad sin mucha relevancia en ese entonces, solo se sabía de su existencia porque está en el camino que lleva de Tzintzuntzan rumbo a Zacapu, los dos más importantes antiguos centros ceremoniales de esa civilización, por lo que el traslado obligaba el paso por ahí a los tarascos, su nombre original era Cocupao, palabra que significa "lugar de recepción" (SECTUR, 2022).

La conquista española a los pueblos originales, trajo consigo a la orden Franciscana que se asentó en este lugar para evangelizar a los nativos, estos frailes asignaron a San Diego de Alcalá como patrono de la aldea, nombrando a la comunidad San Diego Cocupao, este territorio comenzó a crecer a raíz de la llegada de Vasco de Quiroga al sitio en el siglo XVI, quien impulsó a los habitantes a desarrollar la pintura y motivó el progreso y mejora artesanal, asimismo fundó también el pueblo-hospital en Santa Fe de la Laguna para atender la salud de los indígenas, por lo que se ganó el cariño y respeto de los pobladores. En el lapso de la guerra de independencia, tomó partido con los insurgentes y sufrieron de ataques provenientes de los realistas (INAFED, 2018).

En el siglo XIX floreció bastante el área, debido a los caminos que conectaban el este y oeste del país y que atravesaban por el poblado, convirtiéndolo así en un lugar de abundante comercio que le hizo ganar su constitución como un municipio el 10 de diciembre del año 1831. Hacia 1852, su crecimiento le otorgó el título de Villa y por mandato del Congreso del Estado se rebautizó como Quiroga en honor al obispo

que tanto los apoyó. Posteriormente, hasta 1986, tal como su crecimiento económico lo ameritaba, fue catalogada como ciudad, pero aun con el acrecentamiento que ha tenido a lo largo de su historia, es un lugar donde se siguen conservando las costumbres y la cultura que forman parte de su identidad (INAFED, 2018).

#### 2.4.2.2 Características geográficas y sociales

Está ubicado al norte del Estado de Michoacán, limita con Coeneo, con Morelia, con Tzintzuntzan, y con Erongarícuaro.

#### **Plano 4** *Ubicación de Quiroga*



Fuente: DataMéxico (SE, 2022).

- Superficie: 213,4 km<sup>2</sup>.
- Altitud: 2,076 mts.
- Latitud: 19° 39' 50" Norte.
- Longitud: 101° 31' 30" Oeste (Municipios de México, 2021).

En Quiroga el clima es en su mayoría templado y suele tener lluvias durante el verano. La temperatura está regularmente entre los 3 °C a 27 °C durante el año y casi nunca baja a menos de 0 °C o sube a más de 30 °C. El clima templado ideal para visitar Quiroga es de abril a junio, el mes más caluroso es mayo y el más frío es enero:

**Tabla 6** *Temperatura en Quiroga*

Temperatura	ene.	feb.	mar.	abr.	may.	jun.	jul.	ago.	sep.	oct.	nov.	dic.
Máxima	20 °C	22 °C	24 °C	26 °C	26 °C	24 °C	22 °C	22 °C	22 °C	22 °C	21 °C	20 °C
Promedio	12 °C	13 °C	15 °C	17 °C	19 °C	18 °C	16 °C	16 °C	16 °C	15 °C	13 °C	12 °C
Mínima	3 °C	4 °C	6 °C	8 °C	11 °C	12 °C	12 °C	11 °C	11 °C	8 °C	5 °C	3 °C

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de Weather Spark (2022).

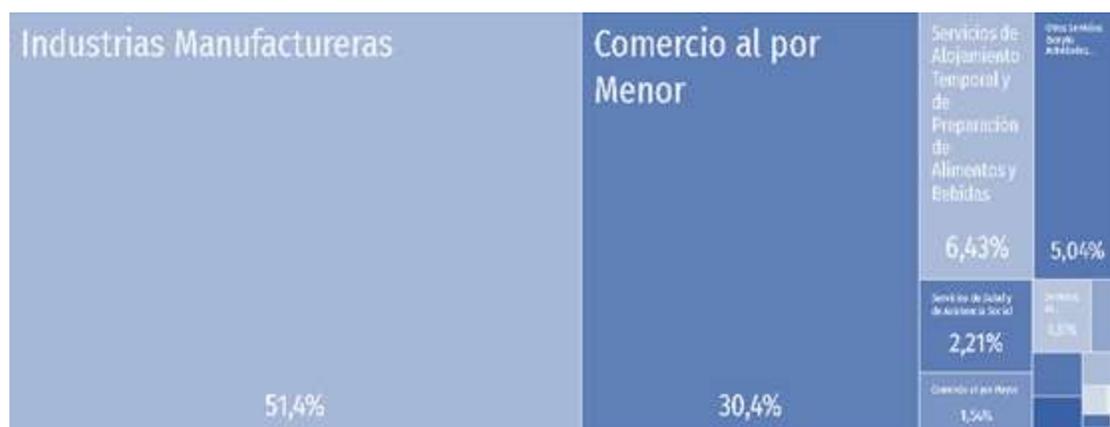
La demografía de Quiroga es:

- Gentilicio: Quirogués.
- Población: en el 2020, la población total de Pátzcuaro fue de 27,176 habitantes, siendo 52.4% mujeres y 47.6% hombres.
- Densidad de la población: 127.4 hab./km<sup>2</sup>.
- Crecimiento poblacional: comparado con el 2010, la población creció un 6.19% (INEGI, 2022).

En Quiroga los sectores económicos que concentraron más unidades económicas fueron:

- Industrias Manufactureras (1,765 unidades).
- Comercio al por Menor (1,044 unidades).
- Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (221 unidades) (INEGI, 2020).

**Figura 2** Unidades económicas según sector económico en 2019 Quiroga



Fuente: DataMéxico (SE, 2022).

#### 2.4.2.3 Atractivos turísticos y festividades

Los lugares más importantes y conocidos en este municipio que generan atracción para el turismo son:

- Parroquia de San Diego de Alcalá: este templo de estilo barroco es el principal de la ciudad y fue construido por la orden franciscana en 1750, en honor a San Diego de Alcalá que es el patrono del lugar, en este sitio se rinde culto a la Preciosa Sangre de Cristo que da lugar a una de sus mayores celebraciones patronales, se encuentra en la calle Vicente Guerrero, en el Centro.
- Templo de la Inmaculada Concepción: este recinto también fue fundado por los franciscanos y funcionó como lugar de atención médica del hospital de indios, además de ser lugar sede que albergaba a los evangelizadores que instruían a la población en el tema de las artes y de la religión, se ubica a un costado de la parroquia de San Diego de Alcalá.
- Capilla de San Miguel: en esta capilla se rinde culto a San Miguel Arcángel a quien se rinde una importante fiesta del lugar, se localiza en la calle Lázaro Cárdenas, Primero.
- Antiguo Hospital de Nuestra Señora del Rosario: este es el emblemático hospital para indios que fundó Vasco de Quiroga en la comunidad de Santa Fe de la Laguna en el año de 1539.

- También se pueden encontrar otros sitios emblemáticos en Quiroga como; la Capilla de San Vicente de Padua, la Capilla de San Juan y la Capilla del Sagrado Corazón de Jesús, así como los pueblos aledaños con sus iglesias y plazas principales (INAFED, 2018; Pátzcuaro.com, 2013; SECTUR, 2022).

Las festividades más representativas que se encuentran aquí son:

- Fecha cambiante entre marzo y abril. Carnaval y semana Santa: mismas celebraciones de carnaval y de la semana santa que en Pátzcuaro.
- Primer domingo de Julio. Fiesta de La Preciosa Sangre de Cristo: este día se celebra la fiesta religiosa en la parroquia de San Diego de Alcalá, es la más importante para la comunidad y la celebran venerando a la figura de cristo crucificado con peregrinaciones de todos los nativos que radican en otro lugar y ese día regresan a su ciudad, van acompañados de bandas musicales y todo el pueblo celebra en las calles con algarabía, en la tarde se realiza una procesión con la imagen del cristo.
- Fecha cambiante en junio. Jueves de Corpus Christi: llevada a cabo en San Jerónimo Purenchécuaro, previamente en la asamblea de comuneros se organiza la designación de cargueros o personas que llevarán a cabo la celebración, además de ser y tener un significado religioso, es un día de agradecimiento por los frutos del trabajo, por lo que tiene un sentido de pertenencia y hermandad de la comunidad.
- 29 de septiembre. Fiesta de San Miguel Arcángel: es una celebración religiosa llena de música, comida y bailes que se celebra cada año en la capilla de San Miguel.
- 1 al 2 de noviembre. Día de Muertos: velación de los fieles difuntos en el panteón. Al igual que en toda la región purépecha, se hace honor a los fieles difuntos con altares y ofrendas principalmente en el panteón municipal y las plazas de la localidad principal y las aledañas.
- Finales de noviembre y principios de diciembre. Fiesta de San Andrés Tziróndaro: es la celebración principal en San Andrés Tzirondaro que se celebra en honor al patrono de la comunidad San Andrés Apóstol, se llevan a cabo

eventos religiosos y culturales en el pueblo, mismo que lleva a cabo con misas, procesiones y jaripeos.

- También se debe mencionar que el 10 de septiembre se efectúa una fiesta en honor de Don Vasco de Quiroga y en diciembre se lleva a cabo el cambio de consejeros en Santa Fe de la Laguna (INAFED, 2018; SECTUR, 2022).

### 2.4.3 Tzintzuntzan

Tzintzuntzan es la antigua capital del imperio Tarasco, donde se encuentran las Yácatas que fue el centro ceremonial más importante para los purépechas en la época prehispánica, está también la comunidad de Ihuatzio que tiene una zona arqueológica utilizada por los purépechas como observatorio astronómico, Cucuchucho es otro poblado del municipio que se dedica a la pesca y elaboración de artesanías como petates y canastas, la Isla de Pacanda situada en el lago de Pátzcuaro, que es un lugar en donde se festeja grandemente el día de muertos.

#### 2.4.3.1 Denominación y origen

En el siglo XII las tribus primitivas que arribaron a esa región, conquistaron a los habitantes que había y formaron el imperio purépecha en este sitio, hasta que se consolidó y fue la sede principal del Calzontzin, nombre con el que se llamaba al rey o gobernante, fue el centro ceremonial más importante de la cultura al que los demás pueblos rendían tributo, con un esplendor maravilloso que llegó a albergar una población de hasta 30mil personas, su nombre significa “lugar de colibríes”.

La llegada de los españoles significó una guerra por la posesión de las tierras, tras la disputa y con el arribo de Vasco de Quiroga, éste decidió llevar la capital de los indígenas a Pátzcuaro que en ese entonces solo era considerada un barrio que pertenecía a Tzintzuntzan. Este hecho marco la caída y decadencia del lugar en 1539, dejándolo en el abandono, siendo dependiente ahora de Pátzcuaro hasta la independencia, posteriormente en 1831 pasó a ser una tenencia de Quiroga, con una ardua labor de los que no se retiraron del lugar y poco a poco lo hicieron crecer y

consolidarse, en 1861 se le otorga el título de Ciudad Primitiva y no fue sino hasta 1930 que logró constituirse como municipio (INAFED, 2018).

#### 2.4.3.2 Características geográficas y sociales

Tzintzuntzan se localiza al norte del estado, sus límites son con Quiroga, al noroeste con la capital de Morelia, al este está Lagunillas, al suroeste colinda con Huiramba, al sur con Pátzcuaro, y al oeste con Erongarícuaro.

#### **Plano 5** *Ubicación de Tzintzuntzan*



Fuente: DataMéxico (SE, 2022).

- Superficie: 165,15 km<sup>2</sup>.
- Altitud: 2,057 mts.
- Latitud: 19° 37' 44" Norte.
- Longitud: 101° 34' 41" Oeste (Municipios de México, 2021).

Su clima templado en su mayoría y suele tener lluvias en verano. Generalmente la temperatura ronda entre los 4 °C a 27 °C y no baja a menos de 1 °C o sube a más de 30 °C. Un clima templado de abril a junio hace a estos meses ideales para los visitantes, el mes más caluroso es mayo y el más frío es enero:

**Tabla 7** *Temperatura en Tzintzuntzan*

Temperatura	ene.	feb.	mar.	abr.	may.	jun.	jul.	ago.	sep.	oct.	nov.	dic.
Máxima	20 °C	22 °C	24 °C	26 °C	27 °C	25 °C	23 °C	22 °C	22 °C	23 °C	22 °C	21 °C
Promedio	12 °C	14 °C	15 °C	18 °C	19 °C	18 °C	17 °C	17 °C	17 °C	16 °C	14 °C	12 °C
Mínima	4 °C	5 °C	7 °C	9 °C	11 °C	13 °C	12 °C	12 °C	12 °C	9 °C	6 °C	4 °C

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de Weather Spark (2022).

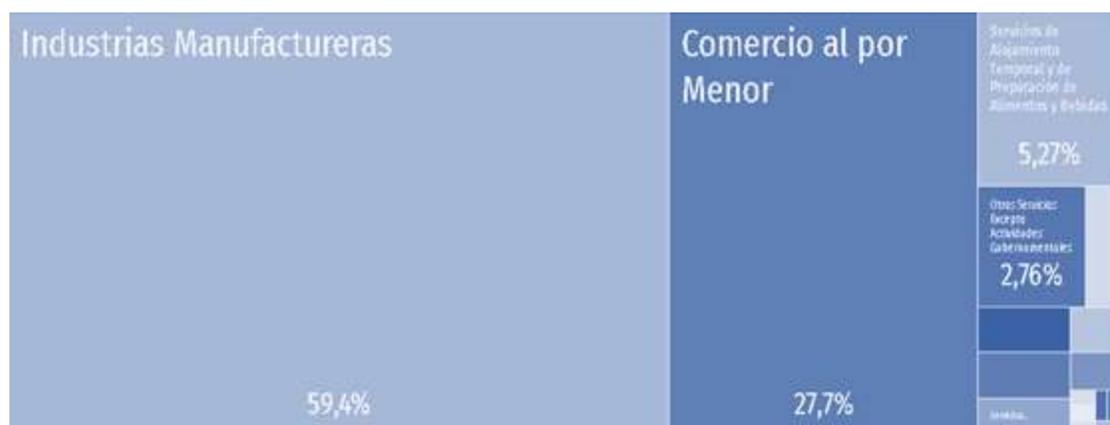
Los principales datos demográficos de este lugar son los siguientes:

- Gentilicio: No disponible.
- Población: en Tzintzuntzan para el 2020, la población total fue de 14,911 habitantes, siendo 47.8% hombres y 52.2% mujeres.
- Densidad de la población: 90.28 hab./km<sup>2</sup>.
- Crecimiento poblacional: comparado con el 2010, la población creció un 10% (INEGI, 2022).

Para Tzintzuntzan, la información del censo en 2019, indica que los sectores económicos que concentraron más unidades económicas fueron:

- Industrias Manufactureras (733 unidades).
- Comercio al por Menor (342 unidades).
- Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (65 unidades) (INEGI, 2020).

**Figura 3** Unidades económicas según sector económico en 2019 Tzintzuntzan



Fuente: DataMéxico (SE, 2022).

#### 2.4.3.3 Atractivos turísticos y festividades

Los atractivos más representativos que se encuentran en Tzintzuntzan son:

- El Convento de Santa Ana y El templo de la Soledad: una pieza arquitectónica construida por los indígenas en el siglo XVI a cargo de la orden franciscana, tuvo diferentes usos hasta que fue remodelada y actualmente es utilizada una parte como museo y la otra para el templo.
- Templo de San Francisco: se erigió entre 1530 y 1540 que fungió como lugar principal de evangelización de los indígenas.
- Capilla de la Virgen de Guadalupe: edificada en el siglo XVII lleva el culto a la virgen de Guadalupe.
- Yácatas: son un conjunto de pirámides redondeadas y su nombre significa “tumbas”, este fue el principal centro ceremonial de los purépechas donde se rendía culto a los dioses y actualmente es un lugar turístico.
- Zona arqueológica de Ihuatzio: este lugar fue uno de los principados del imperio purépecha que edificó pirámides utilizadas como observatorio astronómico y centro ceremonial, aunque de la construcción original solo se pudo conservar el 10% de ellas, se pueden visitar hoy en día (INAFED, 2018; SECTUR, 2022).

A continuación, se mencionan las festividades más conocidas.

- 24 al 27 de enero. Día de Nuestra Señora de la Paz: se celebran fiestas en su honor en la Isla de la Pacanda, con danzas, música y fuegos artificiales.
- Fecha cambiante entre febrero y marzo. Celebración en honor del Señor del Rescate: esta tradición data del acontecimiento vivido en la comunidad en el siglo XVIII, cuando una epidemia de viruela azotó el lugar y muchas personas perdieron la vida, en el convento franciscano un guardián le pidió a la imagen del Señor del Rescate que ayudará al pueblo a librarse del mal, entonces milagrosamente la peste fue desapareciendo, desde entonces, ocho días antes del martes de carnaval se conmemora este hecho con festejos en el templo consagrando a la imagen, danzas y peregrinaciones provenientes de varios lugares arriban a celebrar.
- Fecha cambiante en junio. Jueves de Corpus Christi: el festejo religioso se lleva a cabo con fiesta en el pueblo donde los lugareños obsequian muestras de trabajo local como agradecimiento (INAFED, 2018; SECTUR, 2022).

## 2.5 La región como destino turístico internacional

Una de las principales causas que motivo la realización de la investigación en esta zona en particular, es el hecho de que es una región promovida como un destino turístico internacional, debido a los varios elementos con los que cuenta que han llegado a ser de interés para los viajeros, enseguida se hará mención de ellos.

### 2.5.1 Patrimonios mundiales

Un patrimonio mundial es un sitio que tiene un valor internacional extraordinario y, por lo tanto, forman parte de un patrimonio general para todas las personas del mundo, debido a ello, es necesario proteger estos lugares para lograr mantener su existencia, ya que debido a diferentes circunstancias como la contaminación, el turismo excesivo sin planeación, los desastres naturales, el crecimiento de la urbanización, etcétera, estos se ven amenazados.

Desde el año de 1972 la UNESCO (2021) creó la Convención del Patrimonio Mundial, para proteger el patrimonio cultural y natural en todo el mundo, es una

comunidad constituida por 193 países en la actualidad, su objetivo es identificar y declarar los patrimonios más relevantes y así mismo lograr la conservación de la naturaleza y la preservación de los sitios culturales.

Existen diferentes tipos de patrimonios mundiales, se clasifican en tres grandes rubros; natural, cultural o mixto. El patrimonio natural lo constituyen formaciones físicas, monumentos naturales, hábitats, biosferas, reservas o parques delimitados. El patrimonio cultural se divide en tangible e intangible, así mismo, el tangible se subdivide en mueble e inmueble, de esta forma tenemos el patrimonio cultural tangible mueble que incluye pinturas, esculturas, libros, objetos y material, el patrimonio cultural tangible inmueble comprende monumentos, sitios históricos, conjuntos arquitectónicos, centros industriales y obras de ingeniería, por su parte el patrimonio cultural intangible abarca los saberes y conocimientos, celebraciones, formas de expresión y espacios donde tienen lugar prácticas culturales. El patrimonio mixto incorpora a los lugares que presentan una combinación de riqueza natural y cultural subsistiendo en armonía, por ejemplo el Santuario Machu Pichu en Perú (Hernández, 2016).

Al obtener el nombramiento de patrimonio mundial por parte de la UNESCO (2021), se consigue una distinción altamente reconocida mundialmente y se hace de conocimiento internacional la riqueza cultural y natural de un lugar. En México existen en la actualidad 35 sitios en la Lista del Patrimonio Mundial (27 culturales, 6 naturales y 2 mixtos) y 11 elementos en la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial y Buenas Prácticas de Salvaguardia (10 expresiones culturales y 1 práctica de salvaguardia) (Ministerio de Cultura Perú, 2022).

De dichos nombramientos, a continuación, se señalan los atribuibles a la región lacustre del estado de Michoacán, para el interés de este documento:

- Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos (inscrito en 2008 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad): La conmemoración del día de muertos que celebran las comunidades indígenas está sumamente arraigada a la tradición cultural de los pueblos, tiene origen

prehispánico y fue mezclada con las creencias católicas posteriores, trayendo así una fiesta sin igual donde se realizan diversas actividades y preparativos con especial dedicación para recibir la visita de los ancestros, Michoacán se destaca ya que cuenta con una de las celebraciones más reconocidas de este festejo en el país, principalmente en la región lacustre.

- La Pirekua, canto tradicional de los purépechas (inscrito en 2010 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad): Pirekua significa canto o canción en lengua purépecha y es considerado un género musical originario de las comunidades indígenas purépechas del estado de Michoacán, interpreta canciones antiguas que han sido transmitidas oralmente por generaciones y que además fungen como un medio de comunicación entre los miembros de estas comunidades
- La cocina tradicional mexicana: Una cultura comunitaria, ancestral y viva y el paradigma de Michoacán (inscrito en 2010 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad): La cocina tradicional mexicana integra desde las labores agrícolas, los procedimientos ceremoniales, el saber ancestral, los métodos culinarios y las costumbres que tienen las comunidades, en Michoacán existen grupos de cocineras tradicionales que han logrado ser un ejemplo realizado diversos esfuerzos para conservar la cocina tradicional como una forma de lograr un desarrollo sostenible y salvaguardar la identidad en las localidades.  
(UNESCO, 2021).

### 2.5.2 La Ruta Don Vasco

Como se vio en los apartados anteriores, México figura entre los principales destinos turísticos del mundo, sin embargo, los destinos de playa siguen funcionando como los más recurrentes por los turistas, a pesar de ello, también se observa que se están posicionando otro tipo de atractivos como el ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo de negocios, turismo religioso, turismo de salud y el turismo cultural, con el objetivo de seguir manteniendo al país entre las preferencias mundiales (Zúñiga, 2019).

El gobierno ha puesto especial interés en el turismo cultural y la creación de rutas turístico-culturales ya que México es un país con gran riqueza en ese sentido, que se puede explotar para incrementar los beneficios en la sociedad, dentro de sus riquezas se encuentran varias denominaciones de Patrimonio Cultural e inmaterial otorgadas por la UNESCO, también existen pueblos mágicos, sitios arqueológicos, etcétera, estas rutas turísticas han crecido bastante en los últimos años, la Ruta Don Vasco fue diseñada para crear sustento en las comunidades purépechas a través de la promoción turística, consolidando esta región para posicionarla como un producto turístico sustentable a nivel nacional e internacional (Zúñiga, 2019).

Vasco de Quiroga fue un sacerdote católico de origen español que llegó a Michoacán buscando formar una Utopía inspirada en Tomás Moro, es decir, formar una sociedad pacífica con valores cristianos, fue nombrado Obispo del estado, encargado de conquistar espiritualmente a los nativos, convertirlos a la fe cristiana, sin embargo, fue una figura que supo ganarse el corazón del pueblo purépecha, ya que se basó en una concepción humanista de justicia y dignidad, creó una organización donde se fusionara la población española e indígena, introdujo nuevas técnicas en las artes y profesionalizó los talleres, fue tolerante con las creencias haciendo que las religiones se complementaran y a través de la persuasión transformó sus ídolos al culto católico, además instaló centros de enseñanza y de salud para los purépechas (SECTUR, 2022).

La Ruta Don Vasco fue inspirada en este personaje emblemático y busca recorrer el trayecto que él mismo trazó al ayudar a consolidar estos lugares, la ruta está dividida en dos circuitos que contienen experiencias turísticas:

- Circuito 1 “El alma de Don Vasco”:
  - Cuitzeo, Morelia, Tupátaro, Pátzcuaro, Santa Clara del Cobre, Zirahuén, Tzintzuntzan, Santa Fe de la Laguna, Erongarícuaro y Capula.
- Circuito 2 “Esencia Purépecha”:
  - Tingambato, Uruapan, Paracho, Capácuaro, Cocucho, Charapan, Zacán y Nuevo San Juan Parangaricutiro (SECTUR, 2022).

## Plano 6 Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se puede observar, esta Ruta de talla internacional, incluye las localidades objeto de estudio del presente trabajo; Pátzcuaro, Quiroga (Santa Fe de la Laguna) y Tzintzuntzan.

### 2.5.3 Afluencia de turistas internacionales

La región lacustre o región Pátzcuaro del estado de Michoacán, es la segunda más importante turísticamente hablando, solo detrás de la región Morelia, debido al número de visitantes que recibe y la derrama económica que genera, esta afirmación parte de los datos oficiales que provienen de SECTUR Michoacán, que periódicamente publica un reporte de los resultados de la actividad turística y el perfil de los turistas llamado PERFITUR elaborado por medio de un monitoreo que realizan en las temporadas vacacionales altas. Los últimos reportes publicados pertenecen al 2019, en total generaron tres para ese año y aunque no se encuentra el dato por cada municipio de esta investigación, si integra el de la región, de ahí se extrae la información del número de turistas y visitantes que arribaron durante el periodo y la procedencia de los mismos medido en porcentaje, a continuación, se presentan;

- En el periodo vacacional de Semana Santa y Pascua, del 15 de abril al 28 de abril de 2019.

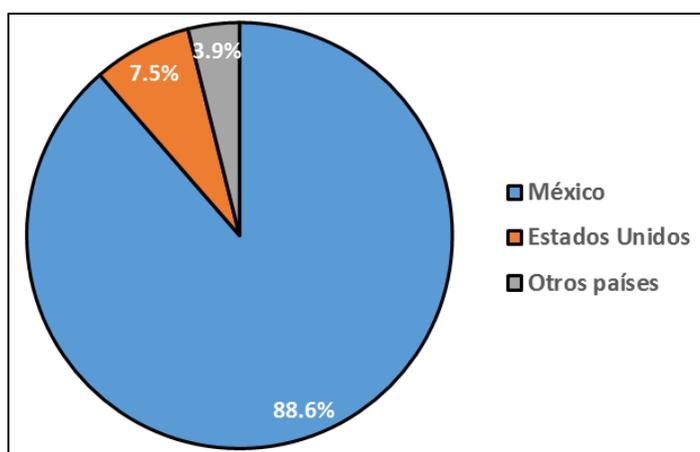
**Tabla 8** Afluencia turística en Semana Santa y Semana de Pascua 2019

Región	Total 2018	Total 2019	Crecimiento
Morelia	192,514	200,214	4.0%
Uruapan	92,352	95,584	3.5%
Pátzcuaro	131,803	137,338	4.2%
Zamora	48,689	49,419	1.5%
La costa	75,177	78,560	4.5%
País de la monarca	61,103	62,691	2.6%
<b>Total Michoacán</b>	<b>601,638</b>	<b>623,806</b>	<b>3.7%</b>
	(turistas y visitantes)	(turistas y visitantes)	

Fuente: Elaboración propia en base al informe PERFITUR: Resultados Semana Santa y Pascua 2019 (SECTUR, 2020).

Se puede observar que la región Pátzcuaro es el segundo lugar en llegada de turistas y visitantes detrás de la región Morelia y que además también fue el segundo que tuvo un mayor crecimiento porcentual con respecto al año anterior solo rebasado por la región de La Costa.

**Gráfica 2** Lugar de procedencia Semana Santa y Semana de Pascua 2019



Fuente: Elaboración propia en base al informe PERFITUR: Resultados Semana Santa y Pascua 2019 (SECTUR, 2020).

En la gráfica anterior se refleja que del total de los visitantes y turistas que llegaron al estado de Michoacán, el 88.6% es procedente del interior de la república mexicana y el 11.4% son turistas internacionales, la mayoría de Estados Unidos.

- En el periodo vacacional de Verano, del 15 de julio al 25 de agosto de 2019.

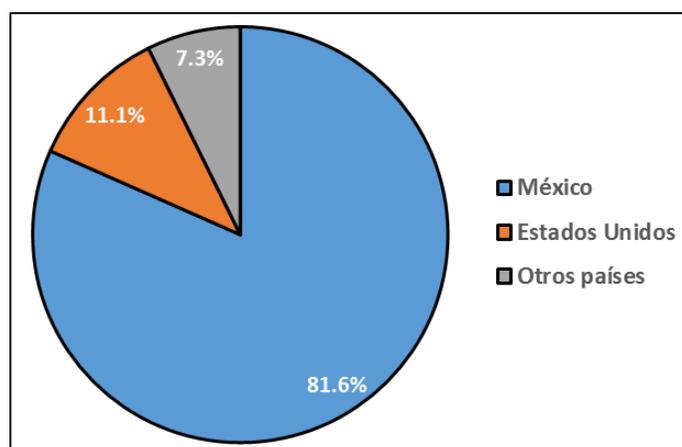
**Tabla 9** *Afluencia turística en Verano 2019*

Región	Total 2018	Total 2019	Crecimiento
Morelia	375,344	395,165	5.3%
Uruapan	211,925	214,740	1.3%
Pátzcuaro	245,940	255,745	4.0%
Zamora	87,818	89,482	1.9%
La costa	133,456	140,865	5.5%
País de la monarca	76,237	79,220	3.9%
<b>Total Michoacán</b>	<b>1,130,720</b>	<b>1,175,217</b>	<b>3.9%</b>
	(turistas y visitantes)	(turistas y visitantes)	

Fuente: Elaboración propia en base al informe PERFITUR: Resultados Verano 2019 (SECTUR, 2020).

En el periodo vacacional de verano del 2019, la región de interés sigue en segundo lugar por número de turistas y visitantes, sin embargo, en este reporte se observa que su crecimiento fue menor que el de la región de La costa y de Morelia.

**Gráfica 3** *Lugar de procedencia Verano 2019*



Fuente: Elaboración propia en base al informe PERFITUR: Resultados Verano 2019 (SECTUR, 2020).

La gráfica del Verano 2019 indica que el 81.6% de todos los visitantes y turistas que arribaron a Michoacán en ese periodo, son mexicanos y el 18.4% no lo son.

- En el periodo de Noche de Muertos, del 29 de octubre al 3 de noviembre de 2019.

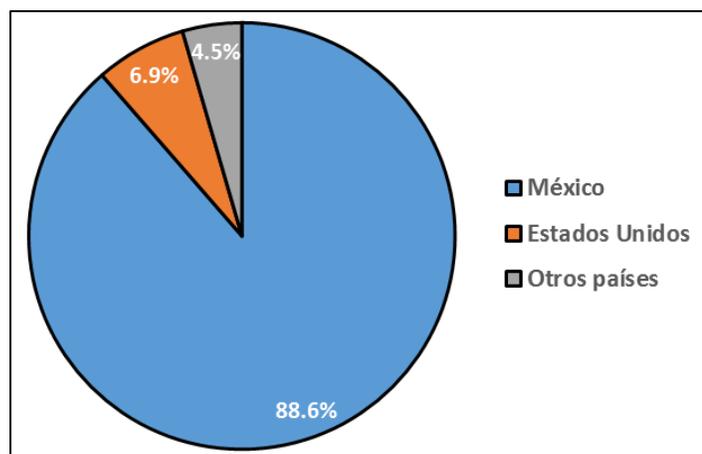
**Tabla 10** *Afluencia turística en Noche de Muertos 2019*

3 Regiones	Total 2018	Total 2019	Crecimiento
Total	174,325 (turistas y visitantes)	203,540 (turistas y visitantes)	16.7%

Fuente: Elaboración propia en base al informe PERFITUR: Resultados Noche de Muertos 2019 (SECTUR, 2020).

En el reporte de PERFITUR de la Noche de Muertos no se realiza un monitoreo por cada una de las regiones como en los dos anteriores, esto debido a que no es un periodo vacacional generalmente aceptado, es una costumbre muy típica solo de algunos lugares, por lo que ese informe se basa en el análisis solo de las tres regiones en donde incrementa exponencialmente el turismo, es decir; la región Uruapan, región Pátzcuaro y región Morelia. Aún a pesar de no tener los datos por separado, si sirve para ver el crecimiento del turismo del periodo en las tres regiones que fue de 16.7%.

**Gráfica 4** *Lugar de procedencia Noche de Muertos 2019*



Fuente: Elaboración propia en base al informe PERFITUR: Resultados Noche de Muertos 2019 (SECTUR, 2020).

En el reporte de la Noche de Muertos se ve como el 88.6% de los turistas monitoreados en las tres regiones son procedentes de México y el 11.4% viene del extranjero, al igual que en el periodo de Semana Santa 2019.

Como conclusión de la afluencia turística internacional en la región lacustre de Michoacán, se puede determinar que efectivamente es un destino turístico visitado por personas de otros países, es decir, si es internacional, pero, también se observa que el porcentaje de procedencia extranjera es relativamente baja en comparación con los turistas nacionales.

### **CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LITERATURA**

El tercer capítulo es el Marco teórico y revisión de la literatura, en primera instancia se hace un resumen con la información más relevante de las teorías existentes que sirven para el propósito del estudio, se divide en dos partes, la primera habla de las teorías clásicas del comercio internacional, que sirven como base para el pensamiento actual sobre la competencia, en la segunda sección del capítulo se incluyen las teorías y aportaciones más relevantes sobre la competitividad en sí y que a pesar de existir algunas otras, se seleccionaron las que de alguna manera son representativas en la línea de investigación aquí seguida. En segundo lugar se realiza una revisión de la literatura que explora el turismo y su competitividad en concreto, se revisan los sistemas turísticos que fundaron los cimientos para el estudio turístico en primera instancia, para proseguir con la explicación de dos de las evoluciones más representativas que han dado origen al estudio específico de la competitividad de los destinos turísticos, partiendo de la teoría clásica del comercio internacional con la ventaja comparativa y dando paso a la sostenibilidad de un destino, que es un enfoque actual del turismo, para finalizar el capítulo con la explicación de un modelo más completo de competitividad turística y llegar al análisis del índice de competitividad turística más utilizado en el mundo.

De la filosofía, considerada la madre de todas las ciencias, parte la rama de la epistemología cuyo objeto de estudio es el conocimiento, que a su vez se refiere al proceso que genera ideas. Una ciencia es un conjunto de conocimientos con los cuales el ser humano explica y describe el mundo, la ciencia está conformada por teorías, métodos y técnicas, en este caso es de interés principal definir ¿qué es una teoría? La cual es considerada como el conjunto de proposiciones que explican y predicen la realidad (Navarro, 2014).

Antes de pasar a las teorías que sustentan esta investigación, haremos una aclaración que servirá para contextualizar algunas de las teorías y de la literatura que se abordan en esta investigación:

La Teoría General de Sistemas se contempla como una meta teoría, que tiene como objetivo crear un instrumento que facilite la investigación en cualquier ciencia. En este sentido, entendemos que como una meta teoría, es decir, una teoría de teorías, tiene bases aplicables a cualquier campo de estudio y es interdisciplinario, por lo que, dependiendo de la concepción con respecto a un tema, se puede organizar y generar un enfoque diferente, esto da origen a distintas corrientes y modelos en cada teoría para darle una interpretación a través de La Teoría General de Sistemas o enfoque sistémico, que se basa en la premisa de que una unidad o un sistema, es la suma de varias partes que pueden ser analizadas individualmente y sus relaciones (Carrion , 2016).

### 3.1 Teorías del comercio internacional

Desde el inicio de los asentamientos humanos, las primeras civilizaciones antiguas como la mesopotámica, egipcia, china, etcétera, dieron origen al comercio o intercambio de bienes, se podría decir que el comercio es tan antiguo como la sociedad misma, a medida que esos pueblos crecieron y se desarrollaron, el comercio lo hizo también, empezando de un pueblo a otro y expandiéndose cada vez a lugares más lejanos, que con el avance de los medios de transporte se proliferó a lo largo de los años.

En la actualidad el comercio internacional juega un papel fundamental en la economía mundial y para entender claramente la idea del mismo contamos con varias definiciones dadas por diversos autores, una que abarca los mayores aspectos posibles podría ser la siguiente; el comercio internacional se refiere a todas las acciones comerciales que tienen como ejercicio la transferencia de bienes, recursos, ideas, tecnologías y servicios, llevadas a cabo entre diferentes naciones. Al ser realizado entre diversos países, se ejecuta usando divisas en el intercambio y aunado a ello, se deben considerar las regulaciones legales que determinan los comerciantes y los gobiernos involucrados (Ceballos, 2019).

Para entrar en el mundo del comercio internacional, se revisarán brevemente las teorías del mismo, si bien existen muchas y algunas son bastante antiguas como

el mercantilismo, que “Se refiere a la compilación del pensamiento económico conformado en Europa entre 1500 y 1750” (Appleyard & Field, 2003, pág. 17), en el presente documento solo se van a abordar las más relevantes para los intereses de esta investigación. Comenzando con las teorías clásicas de la ventaja absoluta y la ventaja comparativa para continuar con la teoría neoclásica de la dotación de factores de Heckscher-Ohlin.

### 3.1.1 Teorías de la ventaja absoluta y ventaja comparativa

La teoría de la ventaja absoluta surge del trabajo de Adam Smith *La riqueza de las naciones* publicado en 1776, donde a grandes rasgos, se habla de la importancia del comercio para la acumulación de riqueza en un país y describe su pensamiento sobre la especialización en los bienes en los que tienen una ventaja absoluta, argumentando que cada nación debería producir y exportar aquello en lo que sea superior y obtenga mayor rentabilidad y así mismo importar los bienes en los que otros países tuvieran esa ventaja absoluta sobre ellos (Appleyard & Field, 2003).

Inspirado en el trabajo de Adam Smith, David Ricardo cerca del año 1800 inició sus investigaciones sobre el tema, lo amplió y generó una nueva propuesta que plasmó en su libro titulado *Principios de economía política y tributación*, en dicho estudio, Ricardo resalta dos conceptos importantes para el comercio internacional, dice que la ventaja absoluta es la posibilidad que tiene un país para producir un bien, usando menos factores de producción que otro y que la ventaja comparativa es la posibilidad que tiene un país para producir un bien, usando relativamente menos recursos que otro (López, 2017).

Aquí el punto clave y diferenciador es que, aunque un país no tenga ventaja absoluta en ningún bien o servicio con respecto a los demás países, que puede ser bastante complicado en realidad, si puede centrarse en aquel que tenga una ventaja comparativa superior. En ese sentido podemos decir que la ventaja absoluta es cuando una nación produce un bien con más eficiencia y la ventaja comparativa se presenta cuando al producir mayormente un bien en específico, no se priva por completo la producción de otros. De hecho, en la ventaja comparativa es en la que los países se

basan para comerciar con el mundo, de esta manera se puede elegir una combinación múltiple de bienes a producir, enfatizando en el de mayor ventaja.

Dos hombres pueden hacer zapatos y sombreros, y uno es superior al otro en ambos empleos, pero al hacer los sombreros solamente puede exceder a su competidor en una quinta parte o 20% y al hacer los zapatos puede superarlo en un tercio o 33%. ¿Será de interés para ambos que el hombre superior emplee su tiempo exclusivamente en fabricar zapatos y el hombre inferior en fabricar sombreros? (Ricardo, 2003, pág. 117)

La respuesta correcta dependerá del enfoque de la ventaja que se pretenda obtener, pero, si el hombre superior se dedica a fabricar solo zapatos, esto traerá una ventaja comparativa para ambos, ya que, en la especialización, los dos tendrán un beneficio y es lo que intenta pretender esta teoría.

### 3.1.2 Teoría de la dotación de factores de Heckscher-Ohlin

Esta teoría fue estudiada por Eli Heckscher y Bertil Ohlin en el comienzo del siglo XX, y básicamente explican que la ventaja comparativa está determinada por la dotación de factores que tiene cada país, analiza la riqueza de los recursos con los que cuenta y su utilización en la producción de bienes, considerando que cada país tiene mayor abundancia en unos factores que en otros.

La abundancia relativa es la proporción en que cada factor está disponible en cada país y la intensidad relativa es la proporción en que un factor es utilizado en la producción de bienes. La conclusión de esta teoría es conocida como el teorema de Heckscher-Ohlin: “Un país exportará el bien que utiliza en forma relativamente intensa su factor de producción relativamente abundante e importará el bien que utiliza en forma relativamente intensa el factor de producción escaso” (Appleyard & Field, 2003, pág. 122).

## 3.2 Teorías de competitividad

La competitividad tiene varias definiciones y diferentes enfoques, dependiendo del contexto en que se posicione, se habla de competitividad personal, empresarial, sectorial, etcétera, en general abordan términos similares y aunque no existe un término exacto o que sea universalmente aceptado, se utilizará en especial uno basado en el análisis de los conceptos existentes, en el cual se identifican las diferencias entre ellos y se propone una definición integral, basada en los objetivos, el método para lograrla y los antecedentes, realizada a través de un método de análisis de contenido; “La competitividad es la capacidad de alcanzar un alto nivel de vida a través del crecimiento de la productividad en el nuevo entorno global, donde el conocimiento se convierte en un factor crítico” (Lee & Karpova, 2018).

En este apartado se verán las corrientes de pensamiento sobre la competitividad; la de Porter y el enfoque sistémico, para extraer los aspectos más importantes de cada uno y diferir lo aplicable a los intereses de este documento.

### 3.2.1 La competitividad de Michael Porter

Uno de los mayores aportes en la competitividad es el de Michael Porter, en la época actual ha incursionado profundamente en este asunto y lo ha desarrollado en sus varios libros escritos, a continuación, se detalla el concepto que este catedrático ha estructurado sobre lo que es la competitividad y la define como: “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (Suñol, 2006, pág. 181).

Así bien, como se puede observar en la definición de Porter, la productividad juega un papel crucial para poder ser competitivos, por ende, es necesario definir este término para entender la relación de ambos, se puede definir como; una medición que cuantifica los bienes y servicios que se generan por cada factor de producción utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc.) durante un periodo establecido (Sevilla, 2016).

Porter en su primer libro “Estrategia competitiva” habla del potencial que tiene una empresa y de cómo este potencial está determinado por 5 fuerzas principalmente que son las que rigen el comportamiento y la competitividad. Es en cierta forma un análisis rápido para saber el estado en el que se encuentra una compañía y determinar su nivel de competencia en el mercado. Basados en este entendimiento, se genera a continuación una figura para visualizar la idea de manera práctica y posteriormente se explicarán:

**Figura 4** *Las 5 fuerzas de Porter*



Fuente: Elaboración propia (2022).

1. Nuevos entrantes: Esta es la amenaza de nuevos competidores que pueden entrar en el sector, se debe considerar siempre que una industria rentable, atraerá la creación de nuevas empresas.
2. Proveedores: Es el poder de negociación que tienen los proveedores y su capacidad para poner a una empresa bajo presión.
3. Clientes: Es el poder que tienen los clientes y su capacidad para poner a una empresa bajo presión.
4. Productos sustitutos: Son los productos que pueden sustituir al propio y que todo el tiempo están en disposición de desplazar los productos de la empresa.
5. Rivalidad de la industria: Es el grado de rivalidad y competencia que hay entre los competidores existentes.

Para poder ser competitivos, toda empresa debe responder a estas fuerzas con una estrategia y de este modo posicionarse ante las demás, solo a través de las estrategias se puede obtener un liderazgo y traducido en otras palabras; tener una ventaja comparativa, que los clientes te distingan de los demás competidores y te elijan, Porter identificó también estas estrategias o caminos que se pueden tomar para lograr el objetivo, pueden usarse individualmente o en su conjunto y a continuación se detallan:

**Figura 5** *Estrategias de Porter*



Fuente: Elaboración propia (2022).

La primera estrategia de liderazgo en costos, como su nombre lo indica, es ser el líder del mercado en materia de costos para poder ofrecer el precio más bajo, ha sido algo muy utilizado, sin embargo, para lograr esta estrategia se necesita principalmente ser una empresa con mucha participación en el mercado, se habla de una empresa que produce en grandes cantidades y por ende puede acceder a costos de producción más bajos, generando así el mejor precio para el consumidor.

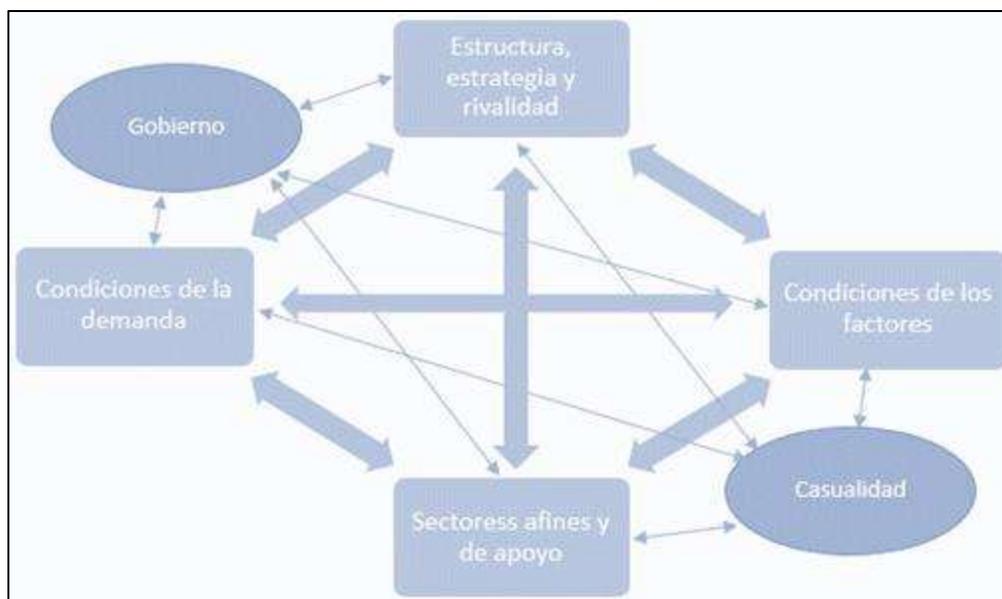
La estrategia de diferenciación se basa en la idea de que un producto o servicio tenga una cualidad que lo haga diferente del resto, en decir, que sea único en el mercado y de alguna manera no tener un sustituto idéntico o perfecto, para poder posicionar esta estrategia se requiere de bastante inversión, es opuesta a la estrategia anterior, ya que no todos los productos y servicios lo hacen, hay que investigar,

mejorar, diseñar y evolucionar el bien para que sea diferenciado del resto, en la realidad son pocas las empresas que lideran el mercado con esta estrategia por la dificultades que representa.

La tercera estrategia es la del enfoque, consiste en enfocarse en un mercado específico, un segmento, una línea de productos o un lugar geográfico en especial. Al enfocarse en un mercado meta, la empresa tiene la posibilidad de satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, al abarcar un campo menor, el estudio de mercado es más ideal y personalizado que el resto.

Otra perspectiva de la competitividad se puede abordar desde el enfoque macroeconómico, en las aportaciones anteriores, Michael Porter se refería en términos de una empresa, sin embargo, es bueno mencionar el ámbito que involucra a un país como un todo, donde los factores aumentan y la relación se vuelve más compleja. En el año de 1990 escribió un libro titulado “La ventaja competitiva de las naciones”, ahí explica la manera en que los países pueden ser competitivos y tener una ventaja a través de factores determinantes, este modelo es llamado El diamante de Porter:

**Figura 6** *El diamante de Porter*



Fuente: Elaboración propia (2022).

El diamante de Porter, también conocido como el diamante de la competitividad, instauro 4 factores que están relacionados unos con otros y un alza o una baja en cualquiera, afecta a los demás, estos factores son:

- Estructura, estrategia y rivalidad: expone el proceso de la gestión de empresas y que tan fácil es incursionar en él, si el país tiene los medios propicios para impulsarla, también considera el grado de rivalidad que existe para entrar a competir en un sector determinado.
- Condiciones de los factores: se refiere a la existencia y el estado en el que se encuentran los factores de producción en un país (trabajo, tierra, capital y tecnología).
- Condiciones de la demanda: indica el estado de la demanda interna de un país, las preferencias y el poder adquisitivo de la misma que impulsan un mejoramiento continuo.
- Sectores afines y de apoyo: relaciona la existencia de un buen acceso a materia prima e insumos y a quien la proporciona, así como el apoyo existente entre empresas que trabajan en el mismo rubro para que todos obtengan crecimiento.

La relación positiva de esos cuatro factores promueve una sana competencia, encaminada al desarrollo constante, lo que da origen al Clúster, término usado por Porter para referirse a la red de empresas que son altamente competitivas y que están interconectadas entre ellas, Porter también señala que, en un país competitivo, estos factores deben interactuar de manera equilibrada, si alguno falla, se reflejará en la competencia de la nación.

Complementando este modelo, se encuentran dos factores externos que son:

- Gobierno: es en conjunto el marco jurídico bajo el cual se rige un país, así como las decisiones que toman los gobernantes que afectan los otros 4 factores mencionados.

- Casualidad: hace referencia a las situaciones que suceden y que están fuera del alcance de las empresas, no las pueden controlar o predecir y también afectan a los primeros factores.

### 3.2.2 El enfoque de competitividad sistémica

Antecediendo a la competitividad sistémica, se encuentran la teoría neoclásica, el estructuralismo y el neo estructuralismo que dan contexto al enfoque en cuestión, por lo que se explicaran sus generalidades.

Como se vio al principio de este capítulo, la teoría neoclásica del comercio internacional, hace énfasis en la dotación de factores para generar una ventaja, se puede inferir que, propone que la competitividad la debe resolver o generar la empresa misma, utilizando eficientemente sus factores.

Los estudios posteriores que analizaron el marco generado por la economía de un país y su relación con la empresa, para crear competitividad, se le denominó competitividad estructural. El estructuralismo sostiene que el desarrollo de un país se refleja en el ingreso real per cápita, basándose también en sostener el equilibrio de la balanza de pagos, asume que el desarrollo se genera con el estado como promotor o generador de crecimiento, por medio de la Industrialización Sustitutiva de Importaciones (ISI) para impulsar la industria, es decir, importar lo que no se tiene para poder ser competentes, el problema es que al no existir inversión en investigación y desarrollo, no se replica o mejora la tecnología importada y se sigue dependiendo de otros países, además a los estructuralistas no les interesa promover el crecimiento económico por medio del comercio internacional (Benavides, Muñoz, & Parada, 2004).

El neo estructuralismo surge en la década de los 80's, es una corriente de pensamiento que busca la integración de ideas de desarrollo para el nuevo contexto de globalización, donde la integración comercial, la movilización de capitales y las desregularizaciones legales juegan un papel importante, puede ser la más adecuada para el estudio de las economías en desarrollo como las de América latina, ya que en estos países las políticas por si solas no son suficientes para asegurar el crecimiento

en el largo plazo. Los neo estructuralistas dicen que la competitividad es más amplia que la atendida por los estructuralistas, ya que abarca el entorno exterior de las empresas como el social, económico y político, además dan la propuesta de analizar los problemas particulares que presentan las economías en desarrollo (Benavides, Muñoz, & Parada, 2004).

La estrategia que proponen los neo estructuralistas para alcanzar el desarrollo es la Transformación Productiva con Equidad (TPE) que abarca las siguientes acciones:

- Política comercial; unificación del mercado interno y mercado externo, con una estrategia competitiva que proteja las industrias.
- Política productiva; generar un avance productivo para dejar la ineficiencia de un sector atrás, sin perjudicar otro y crear la capacidad de producir sin volverse dependientes de otras industrias.
- Política regional; iniciativas de cómo integrar a toda la sociedad para que las regiones se desarrollen más.
- Política tecnológica; busca aplicar una estrategia para traer la tecnología y desarrollarla para así no crear una dependencia de otros lugares (Benavides, Muñoz, & Parada, 2004).

A continuación, se propone un cuadro donde se pueden observar las principales diferencias entre estas dos corrientes:

**Tabla 11** *Estructuralismo vs neo estructuralismo*

<b>Estructuralismo</b>	<b>Neo estructuralismo</b>
El papel del estado es de suma importancia.	El estado se debe concentrar en la difusión del proceso técnico.
Industrialización Sustitutiva de Importaciones (ISI).	Transformación Productiva con Equidad (TPE).
El crecimiento económico no contempla el comercio internacional.	El comercio internacional tiene un papel importante para el desarrollo.
Regionalismo cerrado.	Regionalismo abierto.

Fuente: Elaboración propia con base en El enfoque de la competitividad sistémica como estrategia para el mejoramiento del entorno empresarial (Benavides, Muñoz, & Parada, 2004).

Las políticas económicas utilizadas en los últimos años del siglo XX, dejan principalmente a las empresas la responsabilidad de generar la competitividad, las teorías neoliberales que respaldaron dichas políticas trabajan bajo el guion de la Industrialización Orientada a la Exportación (IOE), es decir, la competitividad se centra en la capacidad de exportación que tiene un país, sin embargo, esa ideología ha sido muy cuestionada, ya que los resultados de estas estrategias no reflejaron que en realidad exista un vínculo entre el aumento de las exportaciones y el desarrollo económico (García de León, 2018).

Se observa ese ejemplo en México, cuando se vivió un cambio muy importante al abrir su comercio con el resto del mundo, el inicio fue en los años 80's cuando México se incorporó al General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), traducido como Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, pero no tuvo mucho impacto, tal vez la acción más importante se pudo ver marcado por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado en el año de 1993 y puesto en marcha en 1994, lo que debió impulsar grandemente el crecimiento económico, o al menos eso era lo que auguraba el presidente del país Carlos Salinas de Gortari en ese momento, en un discurso que dio al respecto, con motivo de la culminación del tratado en agosto de 1992 dijo: "Pero, sobre todo, el Tratado significa más empleo y mejor pagado para los mexicanos. Esto es lo fundamental; y es así, porque vendrán más capitales, más inversión, que quiere decir más oportunidades de empleo aquí, en nuestro país, para nuestros compatriotas. En 4 palabras sencillas, podremos crecer más rápido y entonces concentrar mejor nuestra atención para beneficiar a quienes menos tienen." (Salinas de Gortari, 1992).

Así bien, tras la falta de éxito en los resultados de los países en desarrollo que siguieron la apertura comercial y no crecieron exponencialmente en su economía como se esperaba, surge la competitividad sistémica, es un enfoque que se comenzó a desarrollar en los 90's a partir de los trabajos de académicos del Instituto Alemán de Desarrollo, donde se utiliza la perspectiva de sistemas para analizar la estructura de una región y su comportamiento, pudiendo determinar así porqué una región, país o sector crece o se desarrolla y otros no. El enfoque de la competitividad sistémica,

básicamente plantea que la competitividad en un país no se desarrollará únicamente porque se modifique el contexto macro de la nación, en este caso la política de apertura comercial, ni tampoco se creará competitividad acudiendo solamente a los recursos a nivel micro, es decir, los de las empresas. Indica más bien que esta será el producto de la relación activa entre el estado, las empresas, los intermediarios y la capacidad que la población del país tenga para organizarse (García de León, 2018).

Las ventajas competitivas se generan de estas interacciones mencionadas y la competitividad es sistémica en el sentido de que relaciona o abarca el sistema en todos sus niveles económicos y sociales: micro, meso, macro y meta:

- Nivel micro; corresponde a las empresas abarcar la competitividad utilizando sus recursos para ser eficientes, eficaces, sostenibles, tener calidad, mejorar en tecnología, etc.
- Nivel meso; se refiere al entorno de las empresas, las redes que fomenten la competitividad, las agrupaciones de apoyo que ayuden a las compañías a crear oportunidades de crecimiento.
- Nivel macro; son las políticas a nivel macroeconómico que tiene un país y que pueden impulsar la competitividad, como la política comercial, fiscal, monetaria, cambiaria y los niveles de incertidumbre, desempleo, inflación gasto público, etc.
- Nivel meta; este nivel se refiere a la capacidad total que tiene una sociedad para poder integrarse en conjunto hacia la estrategia nacional o regional (Benavides, Muñoz, & Parada, 2004).

En conclusión, el neo estructuralismo sostiene, que el subdesarrollo que persiste en países en desarrollo tiene que ver con causas como las condiciones históricas y estructurales, en consecuencia, ha persistido la heterogeneidad en estos. Sin embargo, se puede ver cómo hay países dentro de Latinoamérica que han apostado por la inversión en investigación y desarrollo, así como en educación, esto ha generado que en la actualidad se posicionen en un mejor lugar, es decir, son más competitivos.

El neo estructuralismo incorpora la equidad, la promoción de la competitividad y el regionalismo abierto, como mecanismos para favorecer a las economías en Latinoamérica en el sistema económico mundial en el marco de la globalización, sin embargo, han persistido muchos problemas estructurales del subdesarrollo, cuando no hay seguimiento a los logros obtenidos, en ocasiones si hay investigación y educación, pero no se aterriza en la generación de productos o mejora de procesos, los empresarios también tienen un problema importante, no pueden esperar solamente a que el gobierno lo solucione, hay que tomar acción y por su lado el gobierno, seguir un plan estratégico, no uno por cada gobernante, sino un plan estratégico a largo plazo que sea sostenible para todos. La competitividad sistémica integra al gobierno y a las empresas y esta integración exige un trabajo en equipo, además, el enfoque desde los diferentes niveles económicos micro, meso, macro y meta, da un campo de acción específico para cada uno.

### 3.3 El turismo desde el enfoque sistémico

Como se mencionó en el capítulo 3, las teorías son una parte que conforma a una ciencia, y de acuerdo a la epistemología, la generación de conocimiento es útil solo si alude a una ciencia propiamente dicha. En estas afirmaciones se basa una discusión ampliamente controversial con respecto al turismo, que debate si es o no una ciencia, existen tres grupos de investigadores que sostienen posturas diferentes, los primeros afirman que el turismo no es una ciencia, pero que ha pasado por diversas etapas que lo convertirán en una, el segundo grupo asegura que nunca será una ciencia ya que solo es una actividad que se estudia a través de una ciencia, y el tercer grupo infiere que sí es una ciencia ya que tiene un cuerpo teórico considerable, pero no han podido comprobarlo a través de estudios (Panosso Netto, 2012).

El estudio científico del turismo no es muy amplio, debido a que los interesados en el tema se centran en los aspectos prácticos más que en los teóricos, esto fue así hasta que surgió su análisis a través de la Teoría General de Sistemas, ya que al ser una meta teoría interdisciplinaria, de base simple y adaptable, puede crear nuevas clases de pensamiento científico.

Bertalanffy (1973) como principal difusor de la teoría de sistemas, desarrolla las ideas para analizar un sistema completo o en partes, para favorecer su entendimiento y estudio. Define las partes que lo componen de la siguiente manera:

- Medio ambiente; sitio donde está localizado el sistema.
- Unidades; las partes que conforman el sistema.
- Relaciones; dinámica existente entre las unidades del sistema.
- Atributos; características propias de las unidades y del sistema.
- Input; todo lo que ingresa al sistema.
- Output; todo lo que egresa del sistema.
- Feedback; el dominio que haga funcionar adecuadamente el sistema.
- Modelo; un patrón para entender el sistema (Panosso Netto, 2012).

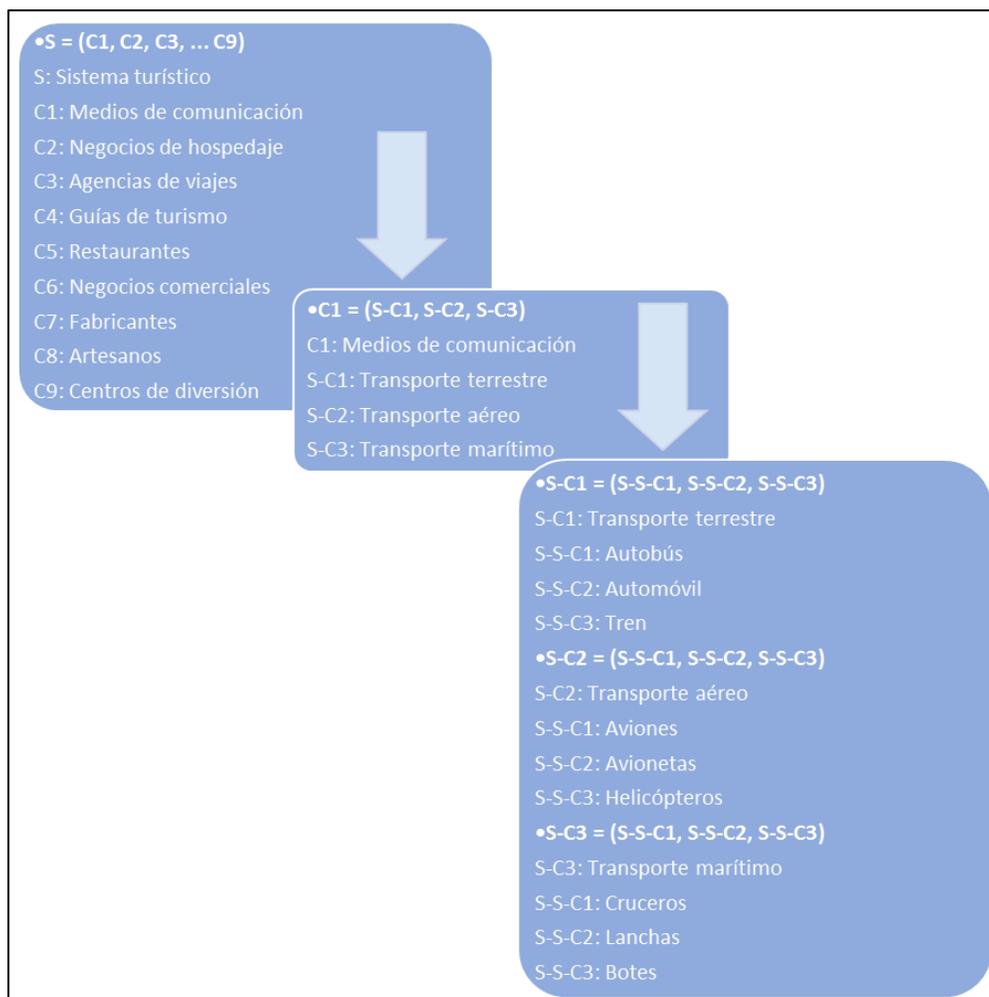
Con la Teoría General de Sistemas como base, surgieron diversos análisis de turismo alrededor del mundo, que generaron sus propias teorías y se expondrán a continuación los más utilizados en la literatura revisada.

### 3.3.1 Sistema turístico de Cuervo

En 1967 se conmemoró el Año Internacional del Turismo y en el marco de esta fecha, Raymundo Cuervo publicó en México a través de SECTUR, el primer análisis de turismo basado en la teoría de sistemas del que se tenga conocimiento. En el estudio, el autor interpreta el turismo como un sistema (S) compuesto de varios conjuntos (C) que están divididos en subconjuntos (S-C) y estos a su vez también tienen otros subconjuntos (S-S-C) (Panosso Netto, 2012).

El sistema está definido con una serie de funciones donde se especifica cuáles son los componentes de cada uno, en total, Cuervo identifica que el turismo está compuesto por 9 conjuntos y también plantea cada uno de los subconjuntos, a continuación, se explica a manera de resumen este análisis:

**Figura 7** Sistema Turístico de Cuervo



Fuente: Elaboración propia (2022).

El análisis de Cuervo fue revolucionario ya que sirvió como fundamento para que se generaran los posteriores sistemas de turismo, sin embargo, no es muy conocido debido que solo se realizó en español, fue publicado en un país en desarrollo, no tuvo mucha difusión, el lenguaje utilizado era de difícil comprensión y aunque fue el precedente, no tuvo reconocimiento ni créditos como aportación, por lo consiguiente no despertó interés (Panosso Netto, 2012).

### 3.3.2 Sistema turístico de Leiper

Neil Leiper fue un consultor de negocios, que comenzó a escribir sus estudios sobre el turismo desde 1979, no fue sino hasta 1995 cuando se le reconoció como autor de un sistema turístico, este es un modelo teórico, basado en la Teoría General de Sistemas, con un enfoque espacial. Para Leiper, el turismo es un sistema que comprende cinco elementos, de los cuales, el turista es el actor principal y su paso por los tres elementos geográficos generan la industria del turismo, que es el quinto elemento (Salazar, 2014):

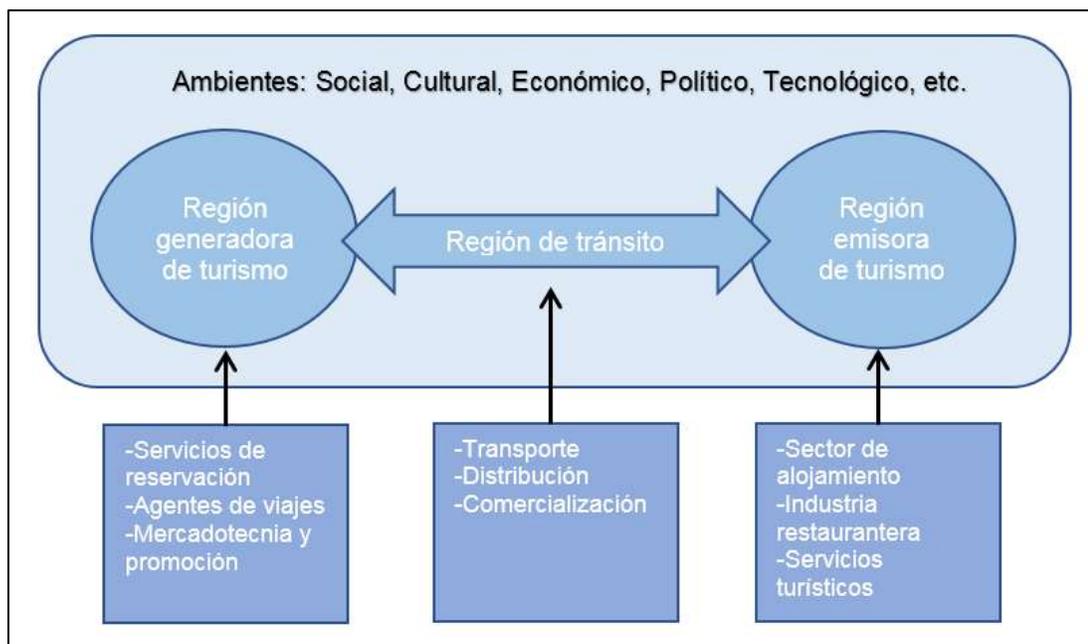
- Región de origen
- Región de tránsito
- Región del destino
- Turista
- Industria del turismo

Estos componentes principales interactúan entre sí y están influidos por factores externos, además el sistema impacta en diferentes ambientes:

- Social
- Cultural
- Económico
- Político
- Tecnológico, etc.

Este esquema señala la localización de los oferentes de productos y servicios turísticos, es decir, en donde está ubicado cada uno de los agentes de la industria del turismo, se puede observar en el modelo, que esta actividad comienza a generarse desde el lugar de procedencia del viajero, sigue durante el traslado y en el lugar del destino turístico, contemplando también el retorno a su lugar de origen (Panosso Netto, 2012).

**Figura 8** Sistema turístico de Leiper



Fuente: Elaboración propia (2022).

De acuerdo a Lohmann (2004) el sistema turístico propuesto por Leiper es simple y general, lo que permite tener una visualización del sistema como un todo, cada elemento participante interactúa con el sistema, generando así los productos turísticos y, además, los elementos también son impactados por el sistema mismo, Los beneficios de esta propuesta sistemática son varios y Cooper (1998) los señala; se puede aplicar con un criterio interdisciplinario, es posible usarlo en cualquier escala o nivel, es un modelo flexible y demuestra el principio de la interacción de los elementos (Panosso Netto, 2012).

### 3.3.3 Sistema turístico de Molina

En Latinoamérica, el trabajo realizado por Sergio Molina, es uno de los más significativos, él es un economista chileno que ha dedicado especial atención al turismo, considerando que no está muy desarrollado en estos países principalmente. De acuerdo con su interpretación (1997), el turismo es un sistema basado en 6 subsistemas, que se relacionan entre sí, con un mismo objetivo en común, este autor

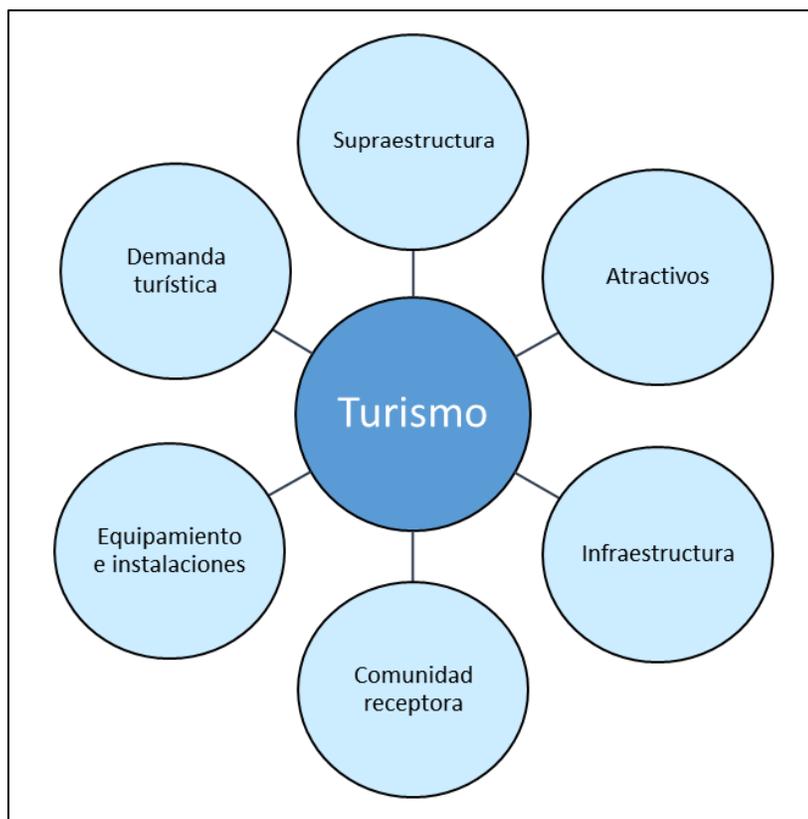
analiza el sistema con un enfoque de destino, donde la comunidad receptora juega un papel importante en las actividades turísticas (Panosso Netto, 2012).

El sistema de Molina es un sistema abierto, ya que se relaciona grandemente con el entorno, la relación surge debido a que el ambiente ingresa insumos al sistema, los insumos los procesa el sistema y los egresa al ambiente en forma de productos y servicios turísticos ofrecidos a la población en general (Varisco, 2013).

A continuación, se describen los subsistemas:

- **Supra estructura.** Es el conjunto de organismos que regulan el sistema turístico, cuya función es coordinar el buen funcionamiento del sistema. La componen organismos públicos como las secretarías de turismo en cualquier nivel de gobierno, y organismos privados como las cámaras y organizaciones de particulares.
- **Demanda turística.** Son las personas que viajan con fines turísticos, se constituye tanto por el número de individuos, como por sus necesidades, con el objetivo de cuantificar y cualificar la demanda, para generar una medición y un perfil.
- **Atractivos.** Son los atributos con los que cuenta el destino turístico y que dan origen al deseo del desplazamiento por parte de los visitantes, estos atractivos comprenden los naturales y los culturales.
- **Equipamiento e instalaciones.** Está conformado por las empresas que ofrecen servicios turísticos, ya sea de hospedaje, alimentación, esparcimiento, etc.
- **Infraestructura.** Está compuesta por las obras y servicios que permiten el desarrollo de la actividad turística, sirviendo como soporte para conectar el destino turístico, principalmente considera el transporte y la comunicación.
- **Comunidad receptora.** Contempla al grupo de la población ubicada en el destino turístico, puede tener una relación directa o indirecta con el turismo (Varisco, 2013).

**Figura 9** Sistema turístico de Molina



Fuente: elaboración propia (2022).

El sistema turístico de Cuervo de 1967 ha servido como antecesor para el estudio en este campo desde la teoría de sistemas, pero se puede apreciar como complicado, por el uso de términos técnicos y lenguaje algebraico que tienden a ser un tanto difíciles para la comprensión, además de que no recibió créditos como tal ya que, aunque la teoría de sistemas se desarrolló alrededor de 1930, no fue sino hasta 1973 que se difundió grandemente y el reconocimiento de los estudios de diferentes disciplinas basados en la teoría general de sistemas surgió en ese momento, es decir, después de la publicación de Cuervo.

Por otro lado, el sistema que Leiper comenzó a estructurar en 1979, se muestra sencillo y puede ser adaptable para incluir alguna otra perspectiva, también es interesante su enfoque en los espacios geográficos que permiten identificar el lugar

donde se encuentra cada agente participativo en el turismo y se puede usar en diferentes escalas, ya sea local, regional o nacional, por ejemplo.

El sistema de Molina, expuesto en 1997, es también sencillo y adaptable, además aporta un gran actor en el entorno del turismo; la población receptora, que antes no se había considerado, trayendo con ello una nueva perspectiva de la que directamente el turista se ve referenciado.

Estos sistemas turísticos, aportan grandemente al estudio del turismo, ya que generan proposiciones que explican su funcionamiento y ayudan a crear propuestas sobre su análisis y medición para mejorar el conocimiento existente y poder gestionar adecuadamente los destinos turísticos.

### 3.4 Competitividad de los destinos turísticos

Al igual que el concepto de competitividad en general, la competitividad de los destinos turísticos es un término que varía dependiendo del autor que la exponga, ya que cada uno aborda el tema con un enfoque propio, a raíz de la creciente relevancia que el turismo tiene en las economías, su definición ha ido evolucionando y se han añadido perspectivas de sostenibilidad y beneficio, una conceptualización sencilla y completa es la que la define como; la capacidad de un destino turístico para motivar la afluencia de turistas, salvaguardando los recursos y favoreciendo la calidad de vida de la población local (Ritchie & Crouch, 2004).

#### 3.4.1 El turismo: de la ventaja comparativa a la ventaja competitiva

Con base en la teoría de la ventaja comparativa Ricardiana, se afirma que en una región se produce mayormente un bien o servicio en el que se sea superior y sin perjudicar o privar la producción de otros, y de acuerdo a la teoría de la dotación de factores de Heckscher-Ohlin se exportará un bien o servicio en el que se tenga un factor abundante, son ambas hasta la actualidad utilizadas en el comercio internacional y deben ser complementadas con las teorías posteriores, no sustituidas.

Las ventajas comparativas no tienen la misma relevancia en todos los sectores, en el turismo, estas ventajas se determinan por los factores naturales, las condiciones socioeconómicas de la región, y las políticas existentes y se pueden conjuntar en diferentes categorías, como el espacio, el ambiente o su dinamismo, sin embargo, estos factores no dependen propiamente de las empresas con giro turístico, por lo que pueden ser menos relevantes para que estas generen competitividad (Barroso & Flores, 2006).

Si bien las ventajas comparativas no dejan de ser importantes, si tienden a ser menos relevantes, ya que, al basarse solo en las ventajas comparativas dadas en un principio, el destino turístico no va a ser sostenible en un tiempo determinado, esto hacen que surja la necesidad de crear estrategias de crecimiento, es aquí cuando se conjugan con las teorías de competitividad; mientras que la ventaja comparativa hace referencia a todos aquellos recursos existentes en el territorio y que son valorizables, las ventajas competitivas se relacionan con la habilidad de los destinos turísticos para usar eficientemente esos recursos y añadirle valor a lo largo del tiempo (Ritchie & Crouch, 2004).

Se puede asegurar entonces, que la evolución del precepto de la competencia estática basada en la ventaja comparativa hacia el nuevo modelo de competencia dinámica basada en la ventaja competitiva busca intensificar la competitividad del sector turístico, dejando a un lado la premisa de maximización de recursos a corto plazo, que pueden traer consecuencias negativas, y da lugar a la búsqueda de rentabilidad a largo plazo. En pocas palabras, se cambia el enfoque económico neoclásico por un análisis competitivo de los destinos turísticos, donde la sostenibilidad a largo plazo ocupa un lugar importante (Barroso & Flores, 2006).

Así es que, no solo se trata de tener factores abundantes, si se observa el turismo, se sabe que una región en cuestión, puede tener riqueza de recursos naturales y no ser explotados ni producidos a gran escala, se puede suponer que tiene un alto potencial para mostrar una ventaja en comparación con otros destinos similares, sin embargo, si el crecimiento se sustenta solamente en ello, puede estar

destinado a fracasar, los recursos no son eternos, los competidores pueden imitar la oferta y la demanda puede presentar cambios en sus preferencias, es por esto que la ventaja no puede ser solo comparativa, debe ser competitiva, tal vez la comparativa sea para iniciar pero se debe tener un planteamiento sostenible para asegurar su continuidad.

### 3.4.2 Turismo y sostenibilidad

El turismo al igual que los demás sectores de la economía, es cambiante, va evolucionando de acuerdo a las necesidades sociales, un destino turístico debe responder a las actualizaciones del mercado para ser competitivo, administrar sus fortalezas y ser capaz de incrementar el gasto que realizan los turistas.

Ante el inminente crecimiento del turismo alrededor del mundo, existen previsiones que visualizan esta actividad como la más prometedora y que en algún momento llegará a ser el principal causante de movimiento económico en el mundo, ante ese posible escenario, es imprescindible enfrentar el reto que eso supone, varios autores y organizaciones internacionales como la OMT, se esfuerzan por impulsar el desarrollo del turismo y coinciden en que la clave es la sostenibilidad para poder alcanzar un sistema turístico de vanguardia.

La sostenibilidad en sí, busca cuidar el planeta, parar el constante cambio climático existente y además pretende estimular el desarrollo en la sociedad misma sin que se ponga en riesgo a los seres vivos. El objetivo es satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos en el futuro (acciona, 2021).

La creación de una práctica turística basada en la sostenibilidad puede llegar a ser compleja, no solo se trata inhibir el impacto ambiental existente como se podría creer, tiene también que ver con la visión del desarrollo, buscar más allá de la rentabilidad momentánea que genera la actividad turística, cubrir las necesidades de la sociedad y traer una mejora colectiva a los involucrados.

La sostenibilidad y la competitividad van de la mano, y tanto los destinos como las empresas pueden resultar más competitivos si hacen un uso eficiente de los recursos y promueven la conservación de la biodiversidad y medidas para abordar el cambio climático. (OMT, 2020)

Los principios de sostenibilidad se basan en tres pilares principales; la protección al medio ambiente, el desarrollo social y el crecimiento económico (acciona, 2021). La orientación del desarrollo sostenible del turismo es aplicable en cualquier forma de turismo y sin importar el tipo de destino, para asegurar la sostenibilidad a largo plazo se debe aplicar desde los pilares mencionados de la siguiente manera:

- Protección del medioambiente; usar de manera apropiada los recursos naturales, teniendo el cuidado ecológico adecuado para poder preservarlos.
- Desarrollo social; salvaguardar la identidad cultural de la población receptora, así como cuidar y conservar sus atractivos culturales y arquitectura, además de aportar herramientas para la comprensión y el respeto intercultural.
- Crecimiento económico; procurar que las actividades económicas en torno al turismo sean viables en el largo plazo, para que la comunidad del destino se vea beneficiada equitativamente y pueda contribuir a la disminución de la pobreza.

### 3.4.3 Modelo de competitividad de los destinos turísticos

Una contribución actual y bastante completa que aborda este tema, es la de Ritchie y Crouch en el 2004, que plasmaron en su libro “El destino competitivo: una perspectiva de turismo sostenible”, donde desarrollaron un modelo de competitividad para los destinos turísticos, basados en el análisis de la competitividad en sí y dándole el enfoque propio al turismo en especial, del cual se abordará lo más relevante en este apartado.

Aunque el modelo de Ritchie y Crouch no es el único, si es de los primeros en este rubro, desde el año de 1993 comenzaron sus primeras proposiciones, siguieron investigando y con los años llegaron así a desarrollar el Modelo de competitividad de

Calgary, llamado así por la universidad donde fue realizado (Universidad de Calgary), este es un sistema integral que busca abarcar todos los factores que juegan un papel en la determinación de la competitividad de un destino turístico, los factores están distribuidos en 5 grandes rubros, contemplan también que la competitividad se basa en las ventajas (comparativas y competitivas) y reconoce que el entorno macro y micro tiene un impacto en la competitividad (Ritchie & Crouch, 2004). A continuación, se presenta una vista aproximada de la interacción de todo lo mencionado por este modelo:

**Figura 10** Modelo de competitividad de Calgary



Fuente: Elaboración propia (2022).

En lo siguiente se trata de desmenuzar este modelo, para poder entenderlo un poco más a fondo, primero, hay que puntualizar que se basa en la distinción entre las ventajas comparativas y las competitivas:

- Ventajas comparativas; hace referencia a la dotación de los factores de producción con lo que se cuenta.

- Ventajas competitivas; habla de la capacidad que tiene el destino para explotar los recursos que tiene.

Segundo, incluye todos los factores que precisan la competitividad turística de un destino y los divide en 5 campos:

- Determinantes calificadores y amplificadores; se refiere a los factores que determinan la decisión del viaje, es la referencia que define el potencial que tiene un destino turístico.
- Política, planificación y desarrollo de destinos; donde se estipula el concepto de dirección y guía sobre el que se trabaja, agregando una evaluación de la misma y teniendo como objetivo la competitividad y la sustentabilidad de la región.
- Gestión de destinos; son las actividades de diligencia sobre las acciones emprendidas, marcan la dirección a seguir y son la clave para mantener una competitividad sostenible.
- Recursos básicos y atractivos; son la esencia del destino turístico, abarca los factores que motivan a los turistas a visitar un lugar al encontrarlo interesante, en otras palabras, generan el deseo a los visitantes para elegir ese sitio en comparación con otros, haciendo la base para crear una experiencia memorable.
- Factores y recursos de apoyo; aquellos que facilitan el arribo de las personas, son el sostén para atraer y hacer llegar la demanda de turismo deseada, son los elementos que mejoran el destino.

Y, en tercer lugar, acepta el influjo que tienen tanto el entorno como la competitividad y el impacto que representan en la actividad turística:

- Macroambiente; considera el entorno global como la economía, la política, la tecnología, entre otras.
- Microambiente; contempla el entorno inmediato del sector como elementos cercanos ya sean proveedores, competidores, clientes, intermediarios, etc.

Partiendo de este modelo, se proponen los elementos necesarios que pueden considerarse para generar un índice de competitividad para un destino turístico. Si bien no todos los factores tienen la misma relevancia, si se puede decir que son importantes en su totalidad y cabe mencionar que, así como impulsan la competitividad, hay otros que funcionan como detractores de la misma, por ejemplo, la inseguridad o la inestabilidad política por mencionar algunos, y estos pueden frenar el desarrollo y el crecimiento (Ritchie & Crouch, 2004).

#### 3.4.4 Medición de la competitividad turística

La competitividad de un destino turístico se atribuye a la eficiencia y eficacia con la que manejan sus recursos a largo plazo y es beneficioso para la sociedad, aunque es difícil de observar a simple vista y complicado para poder medirla, existen modelos como el Calgary visto anteriormente, que explican los factores que intervienen en su composición y pueden determinar su medición, también existen conteos cuantitativos como los del INEGI para el caso de México que utiliza varios indicadores económicos para generar un resultado como los Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística (ITAT), además de los modelos y los censos, existen sistemas integrales internacionales que miden la competitividad turística como El Monitor de Competitividad del WTTC (Garcés, Sarmiento, & Paneca, 2018).

El turismo es producto resultante de varias actividades económicas, por lo que la identificación de las variables que lo determinan es y ha sido de interés para los estudiosos del tema que pretenden medirlo, no existe un enfoque, modelo o sistema que sea universalmente aceptado, pero una de las contribuciones más utilizadas y destacadas es el Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) que se traduce como índice de competitividad de viajes y turismo o simplemente índice de competitividad turística, es elaborado por el WEF que desde el año 2007 elabora un informe cada dos años llamado The Travel & Tourism Competitiveness Report (TTCR) o reporte de competitividad de viajes y turismo, y éste analiza 140 países y su competitividad turística, es un instrumento que ha sido criticado por su metodología empleada y la comparación entre países con diferente nivel de desarrollo, sin embargo,

es el más empleado por ser práctico y confiable al tener datos oficiales e incluir datos tanto cuantitativos como cualitativos (Román , León, & García , 2021).

El TTIC es entonces una herramienta que mide la competitividad turística de un país, mediante la cuantificación de indicadores que son agrupados en distintos pilares y en general busca calcular los factores y las políticas determinantes del desarrollo turístico generando un índice global. El índice que calcula ésta organización internacional se estructura por 14 pilares diferentes que se agrupan en 4 subíndices:

**Figura 11** Estructura del TTIC



Fuente: Elaboración propia con base en The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 (WEF, 2019).

Los pilares se componen de 90 indicadores individuales que son recopilados a través de encuestas de opinión ejecutiva y datos duros extraídos de fuentes oficiales de cada país. El índice global que representa el 100% se calcula con una media

aritmética que deja a cada subíndice un valor del 25% mismo que se distribuye entre los pilares que comprende cada uno. Esta es una de las críticas más prominentes que tiene la metodología ya que, es aquí donde el valor que cada pilar representa para el índice global varía debido a que los subíndices tienen diferente número de pilares:

- Índice global 100%
  - Subíndice A (25%)
    - ◆ Pilar 1 (5%), Pilar 2 (5%), Pilar 3 (5%), Pilar 4 (5%) y Pilar 5 (5%)
  - Subíndice B (25%)
    - ◆ Pilar 6 (6.25%), Pilar 7 (6.25%), Pilar 8 (6.25%) y Pilar 9 (6.25%)
  - Subíndice C (25%)
    - ◆ Pilar 10 (8.33%), Pilar 11 (8.33%) y Pilar 12 (8.33%)
  - Subíndice D (25%)
    - ◆ Pilar 13 (12.50%) y Pilar 14 (12.50%)

Los 14 pilares se calculan con 90 indicadores, enseguida se desglosa su constitución:

Tabla 12 Constitución del TTCl

Subíndice A: Entorno apto (5 pilares)	Pilar 7. Apertura internacional (3 indicadores)
Pilar 1. Entorno de negocios (12 indicadores)	7.1 Requisitos de visado
1.1 Derechos de propiedad	7.2 Apertura de acuerdos bilaterales de servicio aéreo
1.2 Impacto de las normas sobre la Inversión Extranjera Directa	7.3 Número de acuerdos comerciales regionales en vigor
1.3 Eficiencia del marco jurídico en la solución de controversias	Pilar 8. Competitividad de precios (4 indicadores)
1.4 Eficiencia del marco jurídico en la impugnación de reglamentos	8.1 Impuestos en boletos y tasas de impuestos aeroportuarios
1.5 Tiempo necesario para tratar los permisos de construcción	8.2 Índice de precios del hotel
1.6 Costo para tratar los permisos de construcción	8.3 Paridad de poder adquisitivo
1.7 Extensión del dominio de mercado	8.4 Niveles de precio de combustible
1.8 Tiempo necesario para iniciar un negocio	Pilar 9. Sostenibilidad del medio ambiente (10 indicadores)
1.9 Costo para iniciar un negocio	9.1 Lineamientos de regulaciones ambientales
1.10 Extensión y efecto de la tributación sobre los incentivos al trabajo	9.2 Aplicación de las normas ambientales
1.11 Extensión y efecto de la tributación sobre los incentivos para invertir	9.3 Sostenibilidad del desarrollo de la industria de viajes y turismo
1.12 Tasa impositiva total	9.4 Concentración de partículas
Pilar 2. Seguridad y protección (5 indicadores)	9.5 Número de ratificaciones de tratados ambientales
2.1 Costos empresariales de la delincuencia y la violencia	9.6 Estrés hídrico basal
2.2 Fiabilidad de los servicios policiales	9.7 Especies amenazadas
2.3 Costos empresariales del terrorismo	9.8 Cambio de cobertura forestal
2.4 Índice de incidencia de terrorismo	9.9 Tratamiento de aguas residuales
2.5 Tasa de homicidios	9.10 Estado de la población de peces
Pilar 3. Salud e higiene (6 indicadores)	Subíndice C: Infraestructura (3 pilares)
3.1 Densidad del médico	Pilar 10. Infraestructura de transporte aéreo (6 indicadores)
3.2 Uso de saneamiento básico	10.1 Calidad de la infraestructura de transporte aéreo
3.3 Uso de agua potable básica	10.2 Asientos disponibles nacionales
3.4 Camas hospitalarias	10.3 Asientos disponibles internacionales
3.5 Prevalencia del virus de la inmunodeficiencia humana	10.4 Salidas de aeronaves
3.6 Incidencia de paludismo	10.5 Densidad de aeropuerto
Pilar 4. Recursos humanos y mercado laboral (9 indicadores)	10.6 Número de aerolíneas operativas
4.1 Tasa de matriculación en la educación primaria	Pilar 11. Infraestructura terrestre y portuaria (7 indicadores)
4.2 Tasa de matriculación en educación secundaria	11.1 Calidad de las carreteras
4.3 Extensión de la formación del personal	11.2 Densidad de carreteras
4.4 Tratamiento de clientes	11.3 Densidad de carreteras pavimentadas
4.5 Prácticas de contratación y despido	11.4 Calidad de la infraestructura ferroviaria
4.6 Facilidad para encontrar empleados cualificados	11.5 Densidad ferroviaria
4.7 Facilidad de contratación de mano de obra extranjera	11.6 Calidad de la infraestructura portuaria
4.8 Pago y productividad	11.7 Eficiencia en el transporte terrestre
4.9 Participación femenina en la fuerza de trabajo	Pilar 12. Infraestructura de servicios turísticos (4 indicadores)
Pilar 5. Disponibilidad de TIC (8 indicadores)	12.1 Habitaciones de hotel
5.1 Uso de las TIC para transacciones entre empresas	12.2 Calidad de la infraestructura turística
5.2 Uso de internet para transacciones entre empresas y consumidores	12.3 Presencia de las principales empresas de alquiler de automóviles
5.3 Individuos que utilizan internet	12.4 Cajeros automáticos por población adulta
5.4 Suscriptores de internet de banda ancha	Subíndice D: Recursos naturales y culturales (2 pilares)
5.5 Suscriptores de telefonía móvil	Pilar 13. Recursos naturales (5 indicadores)
5.6 Suscriptores de banda ancha móvil	13.1 Número de sitios naturales Patrimonio Mundial
5.7 Cobertura de red móvil	13.2 Número total de especies conocidas
5.8 Calidad del suministro eléctrico	13.3 Número total de áreas protegidas
Subíndice B: Políticas en turismo y viajes (4 pilares)	13.4 Demanda digital de turismo natural
Pilar 6 priorización de viajes y turismo (6 indicadores).	13.5 Atracción de activos naturales
6.1 Priorización gubernamental de la industria de viajes y turismo	Pilar 14. Recursos culturales y viajes de negocios (5 indicadores)
6.2 Gastos gubernamentales en viajes y turismo	14.1 Número de sitios culturales Patrimonio de la Humanidad
6.3 Eficacia de la comercialización para atraer turistas	14.2 Número de expresiones del patrimonio cultural oral e inmaterial
6.4 Integridad de los datos anuales de viajes y turismo	14.3 Número de estadios deportivos
6.5 Puntualidad para datos de viajes y turismo	14.4 Número de reuniones de asociaciones internacionales
6.6 Clasificación de la estrategia de marca de país	14.5 Demanda digital de turismo cultural y de entretenimiento

Fuente: Elaboración propia con base en The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 (WEF, 2019).

## CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA

En esta sección se revisan los pasos a seguir para la construcción del índice de competitividad regional de la zona lacustre de Michoacán, se iniciará explicando el método científico necesario para una investigación formal, enseguida el uso de una matriz de frecuencia para determinar las variables independientes y los instrumentos utilizados para obtener los datos, así como la determinación del universo y la muestra del estudio, posteriormente se explicará el análisis que se utilizó para el tratamiento de los datos así como las pruebas de confiabilidad y ponderación de las variables.

### 4.1 Método en la investigación científica

Se utiliza el método científico, guiada por los pasos sugeridos por Bunge M. (1999) a continuación mencionados:

- Elección de un campo de investigación.
- Revisión del conocimiento previo en este campo.
- Identificación de un problema.
- Formulación o reformulación precisa del problema.
- Examen del conocimiento previo en la búsqueda de elementos que puedan ayudar a resolver el problema.
- Elección o invención de una hipótesis tentativa que parezca prometedora.
- Prueba conceptual de la hipótesis, para ver si es compatible con el cumulo del conocimiento previo sobre el asunto.
- Sacar algunas conclusiones comprobables de la hipótesis.
- Diseñar una prueba empírica de la hipótesis.
- Prueba empírica real de la hipótesis.
- Examen crítico y, cuando sea necesario, elaboración estadística de los datos.
- Evaluación de la hipótesis.
- Luego, si los resultados de las pruebas no son concluyentes, diseño y ejecución de nuevas pruebas.

- Si los resultados de las pruebas son concluyentes, aceptación, modificación o rechazo de la hipótesis.
- Si la hipótesis se confirma de manera sólida, verificar si su aceptación obliga a algún cambio en el conocimiento previo.
- Identificación y manejo de los nuevos problemas que surgen de la continuación de la hipótesis.
- Repetición de la prueba y reexamen de su posible impacto sobre el conocimiento previo (Navarro, 2014).

#### 4.2 Identificación de variables

En la presente investigación se estudia como variable dependiente la competitividad turística, por lo que a continuación, se busca determinar las variables independientes a utilizar.

Para seleccionar las variables con las que se va a medir la competitividad turística de región lacustre de Michoacán, se hará uso de las teorías y la revisión de literatura explicados en los capítulos 3 y 4 de este trabajo, en este sentido, se tomará como referencia el TTCI que representa la medición del turismo mundialmente más utilizada, con base en sus pilares, se realiza una matriz de frecuencia de variables, homogeneizando los criterios para poder colocarlas.

El TTCI que es realizado por el WEF, se compone de 14 pilares que se manejarán como variables y se numeran en el mismo orden que se reportan de la siguiente manera;

1. Entorno de negocios.
2. Seguridad y protección.
3. Salud e higiene.
4. Recursos humanos y mercado laboral.
5. Disponibilidad de TIC.
6. Priorización de viajes y turismo.
7. Apertura internacional.

8. Competitividad de precios.
9. Sostenibilidad en el medio ambiente.
10. Infraestructura de transporte aéreo.
11. Infraestructura terrestre y portuaria.
12. Infraestructura de servicios turísticos.
13. Recursos naturales.
14. Recursos culturales y viajes de negocios.

Ahora se hará un repaso de las teorías y literatura analizados, recordando los factores que considera cada uno, de los cuales se armoniza la perspectiva para ubicar en cada una de las variables del TTCI.

Teoría de la Ventaja absoluta y Ventaja comparativa de Adam Smith y David Ricardo respectivamente; en ambas teorías se enfocan los factores de producción como determinantes, por lo que se atribuyen a las variables 4 y 13.

Teoría de la Dotación de factores de Eli Heckscher y Bertil Ohlin; al igual que las anteriores, esta teoría hace énfasis únicamente en la dotación de los factores productivos, por lo que se deja también en las variables 4 y 13.

La competitividad de Michael Porter; aborda las fuerzas que contextualizan a una empresa, las estrategias de posicionamiento y los factores de una organización que interactúan con el ambiente y el gobierno para crear competitividad, la relación va encaminada a las variables 1, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12 y 13.

La competitividad sistémica, que surge del estudio de estructuras, integra los factores de producción de una empresa, los precios competitivos, la tecnología, el comercio internacional, la infraestructura existente y algunos factores sociales, por lo que se relaciona con las variables 1, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13 y 14.

El sistema turístico de Cuervo, contempla las estructuras que dan forma al turismo, como el transporte, hoteles, guías y agencias turísticas, comerciantes y elaboración de productos, por lo que se relaciona con las variables 4, 10, 11, 12 y 14.

El sistema turístico de Leiper enfoca el turismo desde la localización del turista y el destino, en estos sitios ubica las empresas, las personas involucradas y la infraestructura que se utiliza, tomando en cuenta también el entorno, lo ubica en las variables 1, 4, 5, 10, 11, 12 y 14.

El sistema turístico de Molina interpreta al turismo como una estructura conformada por las políticas, la infraestructura y los recursos dados por el lugar, así se asemeja con las variables 6, 10, 11, 12, 13 y 14.

En el tema de El turismo: de la ventaja comparativa a la ventaja competitiva de Barroso y Flores, se puntualiza a los factores de producción incluyendo el uso de tecnologías y se agrega el tema de la sostenibilidad, con el uso de las variables 4, 5, 9, 13 y 14.

En Turismo y sostenibilidad, propuesto por la OMT, se enfoca el tema de la sostenibilidad en el ambiente, en la sociedad y en la economía, por lo que se atribuye a las variables 9, 13 y 14.

El modelo de competitividad turística de Calgary, incluye casi todos los aspectos contemplados por el WEF en el TTIC a excepción de las variables 3 y 7 ya que no habla de salud e higiene ni materializa la internacionalización del destino turístico.

En consecuencia, con los análisis de este documento, se puede mostrar la matriz de frecuencia de variables que arrojó los siguientes resultados:

**Tabla 13** *Matriz de frecuencia*

		Variables													
Cita	Autor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Smith y Ricardo				x									x	
2	Heckscher y Ohlin				x									x	
4	Porter	x			x	x	x		x		x	x	x	x	
5	Sistemas	x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
8	Cuervo				x						x	x	x		x
9	Leiper	x			x	x					x	x	x		x
10	Molina						x				x	x	x	x	x
12	Barroso y Flores				x	x				x				x	x
13	OMT									x				x	x
14	Ritchie y Crouch	x	x		x	x	x		x	x	x	x	x	x	x
Incidencia		4	1	0	8	5	4	1	3	3	6	6	6	8	7

Fuente: Elaboración propia (2022).

Las variables más incidentes en los diversos estudios existentes que se contemplaron son: la variable 4 Recursos humanos y mercado laboral, la 13 Recursos naturales y la 14 Recursos culturales y viajes de negocios.

Sin embargo, existen algunas situaciones que se deben considerar;

- En primer lugar, la variable 9 Sostenibilidad del medio ambiente, resultó entre las menos utilizadas en la teoría y literatura revisada, pero como se pudo ver, es la tendencia y una prioridad mundial en la actualidad, así que no se puede dejar de lado, por lo que se incluirá.
- Dentro de los recursos culturales, variable 14, se contemplarán también algunos otros recursos que ofrecen entretenimiento y fungen como atractivo del destino.
- La variable 4 de los recursos humanos y el mercado laboral, será convergida con la variable 5 Disponibilidad de TIC, ya que ésta resulta ser la cuarta más incidente y la será considerada como un recurso actual para mejorar la competitividad tanto de la población como de los negocios.
- La infraestructura tanto de transporte aéreo (variable 10), terrestre y portuaria (variable 11), como la infraestructura de servicios turísticos (variable 12), son ampliamente mencionados principalmente en los estudios específicos sobre el

turismo, es por esto que se encuentran como variables incidentes enseguida de las primeras cuatro, por lo que también serán incluidas como factor relevante y se dividirán solo en dos grandes dimensiones; las de todos los transportes como infraestructura de accesibilidad y la otra como infraestructura del sector turístico.

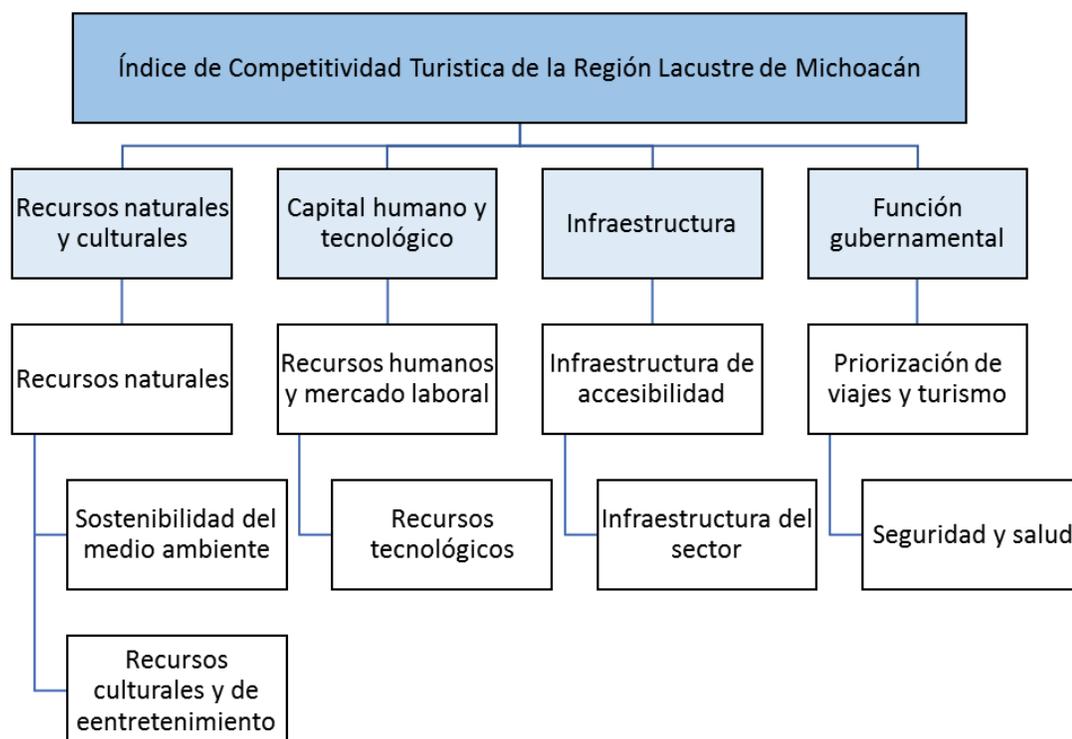
- Después de la infraestructura, la variable más incidente es la 6 Priorización de viajes y turismo, y la 1 Entorno de Negocios, que califica el papel del gobierno y sus políticas que puedan mejorar el sector turístico, además se contempla el marco que acompaña a nuestro país, ya que es bastante conocido por el crimen y la inseguridad, como parte de la variable 1 jugando así un papel importante específicamente para esta región y la elección de sus visitantes, por lo tanto, se incluirá en la medición brevemente la variable 2 de seguridad y la variable 3 de salud, para conocer la capacidad de atención médica a los turistas en caso de emergencias, por lo tanto, y como también es función del gobierno, se unirán en una sola variable denominada Función gubernamental con dos dimensiones.

Con base en la matriz de frecuencia de las variables y las situaciones que se analizaron, se tiene como resultado la construcción propia de un índice de competitividad turística para la región lacustre del estado de Michoacán, este índice está generado por cuatro variables;

1. Recursos naturales y culturales.
2. Capital humano y tecnológico.
3. Infraestructura.
4. Función gubernamental.

Las 4 variables a su vez se dividen en diferentes dimensiones y cada una de estas dimensiones se obtendrán de diversos indicadores formados por datos duros provenientes de bases de datos y datos blandos obtenidos por encuestas, a continuación, se muestra la estructura del índice:

**Figura 12** Estructura del índice de competitividad



Fuente: Elaboración propia (2022).

### 4.3 Instrumentos de la investigación

Con base en las teorías y estudios revisados, se puede ver que el turismo se compone de diversos factores que sumados generan competitividad en el sector, estos factores o variables suelen ser cualitativos y cuantitativos, al contener ambos, se obtiene una medición más completa y certera, cada uno se obtiene con diferentes instrumentos:

#### 4.3.1 Instrumentos cuantitativos

La investigación cuantitativa se centra en el conteo y recopilación de datos duros, estos datos son aquellos que proceden de organismos oficiales, son cifras generadas como resultado de diversas mediciones generalmente de censos o muestreos probabilísticos. Para los indicadores de datos duros se utilizan los datos estadísticos existentes y provenientes de las fuentes del INEGI, SECTUR, INAFED,

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Congreso del Estado (los informes de la Comisión de Turismo y Comisión de Cultura y Artes).

Los datos fueron tratados de tal forma que los valores mayores signifiquen un resultado mejor para el índice y los valores menores uno peor, la mayoría de los indicadores contaban con esta característica, la excepción fueron 5 de ellos que al ser mayores implican una menor calificación, son:

- Incendios forestales; indica que se dañan los recursos naturales.
- Denuncias recibidas en materia ambiental; a mayores denuncias, mayor problemática existe en el tema.
- Conflictos de trabajo; si hay más conflictos reportados, nos indica que el ambiente laboral es peor.
- Presuntos delitos registrados en las intervenciones de la policía municipal: entre más delitos existan, menor seguridad hay.
- Accidentes de Tránsito Terrestre en Zonas Urbanas y Suburbanas: a mayores accidentes, menor seguridad.

Por tal motivo, en estos 5 indicadores que son negativos para el índice, se toman los datos originales y se realiza una adecuación de los mismos aplicando el número inverso y el nuevo resultado de cada uno será el utilizado en la base de datos para que el índice de competitividad sea acertado; el inverso de un número es igual a otro número que obtenemos al resolver la operación  $1/x$ , siendo  $x$  el número inicial (Cuesta, 2022).

#### 4.3.2 Instrumento cualitativo

Por su lado la investigación cualitativa se centra en la recolección de datos no numéricos o datos blandos, estos son los que proceden directamente de las personas, sirven para elaborar una descripción del estado actual que presenta el turismo, aquí los datos se obtendrán a través de cuestionarios.

El cuestionario es sumamente empleado en las investigaciones cualitativas, este es un instrumento que se basa en un proceso estructurado de recolección de información a través del llenado de una serie de preguntas. Existen varias formas de recolectar estos datos como personalmente, por vía telefónica, por correo o en grupo, los cuestionarios aplicados mediante entrevista personal tienen las ventajas de que; hay ausencia de influencias de terceros, exige menos esfuerzo del entrevistado y se consiguen las mayores tasas de respuesta (80-85%). Las desventajas son; la influencia del encuestador sobre el encuestado (vergüenza) y sobre las respuestas (interpretaciones) (García Alcaráz, Alfaro Espín, Hernandez Martinez, & Molina Alarcón , 2006).

Para el presente estudio se recolectan los datos con los cuestionarios aplicados mediante entrevista personal a negocios que se dedican al giro de atención a turistas, está compuesto en la primera sección por 5 datos de control que recolectan la información del municipio donde se ubica, el tipo de establecimiento, el sexo del encuestado, su edad y el tiempo que lleva trabajando en el sector turístico, estos dos últimos datos medidos en rangos. La segunda parte está elaborada con 3 preguntas por cada una de las 9 dimensiones, siendo 27 en total (el cuestionario completo se encuentra en la sección de anexos).

Para poder medir las respuestas del cuestionario, éstas se deben transformar a una escala para poder generar datos estadísticos, aquí se va a utilizar la escala Likert, que consta de una serie de respuestas que representan la opinión que tenga el encuestado con respecto a la pregunta, es el grado de acuerdo o desacuerdo sobre el tema. La escala de Likert fue creada en 1932 por Rensis Likert, es una herramienta muy recurrente en la aplicación de encuestas, ya que permite ampliar la respuesta de sí o no a un rango más amplio de medición, dando múltiples opciones al encuestado, esta escala se puede utilizar para medir el nivel de acuerdo con una afirmación, la frecuencia con la que se realiza cierta actividad, el nivel de importancia que se atribuye a un determinado factor, la valoración de un servicio, producto, o empresa y la probabilidad de realizar una acción futura. La escala más utilizada es la de 5 niveles, aunque también se conocen de 4, 7 o 10 (Llauradó, 2014).

Hay que especificar que las respuestas cuando son positivas tienen una puntuación más alta mientras más favorable sea y las respuestas negativas tienen una puntuación más baja al estar más de acuerdo al ser menos favorables, sin embargo, se aclara que solo se utilizaron preguntas positivas en esta investigación:

**Tabla 14** *Puntuación escala Likert*

Respuesta	Pregunta positiva	Pregunta negativa
	Puntuación	Puntuación
Muy de acuerdo	5	1
De acuerdo	4	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	3
En desacuerdo	2	4
Muy en desacuerdo	1	5

Fuente: Elaboración propia (2022).

#### 4.4 Universo y muestra de estudio

Para comenzar a recabar la información necesaria en la investigación, y generar así una base de datos confiable, se debe determinar el universo total del estudio y la muestra requerida que pueda ser significativa, para de este modo proseguir con la compilación de los mismos.

##### 4.4.1 Universo

El universo total de la investigación, es el sector del turismo en la región lacustre de Michoacán ubicada en la cuenca del lago de Pátzcuaro, basados en la delimitación del campo de estudio, repasado en el capítulo 2 del presente trabajo, esta región abarca los municipios de Pátzcuaro, Quiroga y Tzintzuntzan.

El sector turístico y sus diferentes actividades tienen múltiples organizaciones y empresas en el ramo, de las cuales se recopilarán datos provenientes de ellos. De los datos duros se extraerán el total de las cifras ofrecidas por los organismos oficiales, de los datos blandos provenientes de los cuestionarios es de donde se determinará específicamente la muestra necesitada, los datos de esta muestra son extraídos del

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, donde ofrecen los datos de identificación, ubicación, actividad económica y el tamaño de las unidades económicas activas en el territorio nacional y en cada municipio, el DENUE se actualiza en forma continua por los informantes autorizados.

Del total de las unidades económicas que contiene el directorio, solo se consideraron las que tienen un nombre definido para poder identificarlas, las que son fijas y que cuenten con lugar bien especificado para ubicarlas. Los establecimientos que tienen que ver directamente con el turismo fueron Hoteles, Pensiones y casas de huéspedes, Cabañas, villas y similares, Restaurantes, Cafeterías, fuentes de sodas, neverías y similares, Bares, cantinas y similares, Centros nocturnos, discotecas y similares, Museos, Parques acuáticos y balnearios, Transporte turístico y Tiendas de artesanías.

Para simplificar el manejo de los tipos de establecimientos a los que se pretende encuestar, se homogeneizarán en 6 tipos diferentes de la siguiente manera;

- a) De hospedaje (Hoteles, Pensiones y casas de huéspedes, Cabañas, villas y similares).
- b) De alimentos (Restaurantes, Cafeterías, fuentes de sodas, neverías y similares).
- c) De entretenimiento (Bares, cantinas y similares, Centros nocturnos, discotecas y similares, Parques acuáticos y balnearios).
- d) Cultural (Museos).
- e) Artesanal (Tiendas de artesanías).
- f) Transporte (Transporte turístico).

De esta simplificación, surge el siguiente universo:

**Tabla 15** *Universo*

Tipo de establecimiento	Pátzcuaro	Quiroga	Tzintzuntzan	Total
a) De hospedaje	74	12	6	92
b) De alimentos	240	84	16	340
c) De entretenimiento	18	6	0	24
d) Cultural	3	0	0	3
e) Artesanal	53	85	5	143
f) Transporte	9	1	0	10
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>188</b>	<b>27</b>	<b>612</b>

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

#### 4.4.2 Muestra

De las 612 unidades económicas que resultaron en el universo de estudio, es sumamente importante determinar el número de encuestas que se van a aplicar, el tamaño de la muestra dará la seguridad de que las respuestas realmente representen a la población total o universo, se utilizará una muestra probabilística con un margen de error del 5.38% y un nivel de confianza del 90% la fórmula para obtenerla es la siguiente:

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N - 1) + K^2 p q}$$

Donde:

- ✓ n = muestra
- ✓  $K^2 = 1.645^2$  (la puntuación es equivalente a 1.645 cuando el nivel de confianza es del 90%)
- ✓ p = margen de error expresado en decimales (en este caso 5.38% = 0.0538)
- ✓ q = 1 – p (en este caso 1-0.0538 = 0.9462)
- ✓ N = población total o universo (en este caso 612)
- ✓  $E^2$  = precisión (en este caso 5.38% = 0.0538<sup>2</sup>)

La aplicación de esta fórmula nos trajo como resultado la muestra deseada para el estudio, resaltando que las cifras fueron redondeadas ya que los cuestionarios no se pueden aplicar en fracciones, dando así la siguiente muestra:

**Tabla 16** *Muestra*

Tipo de establecimiento	Pátzcuaro	Quiroga	Tzintzuntzan	Total
a) De hospedaje	16	4	1	21
b) De alimentos	64	24	3	91
c) De entretenimiento	6	3	0	9
d) Cultural	1	0	0	1
e) Artesanal	17	27	2	46
f) Transporte	2	0	0	2
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>58</b>	<b>6</b>	<b>170</b>

Fuente: Elaboración propia (2022).

#### 4.5 Procesamiento de datos

Teniendo un estudio que incluye variables cualitativas y cuantitativas, es necesario procesar los datos que se obtengan de ellas y existen diferentes técnicas o métodos que permiten analizar mucha información, por un lado se encuentra el análisis factorial, que es un método estadístico confiable llevado a cabo a través de un programa de computo, sin embargo, solo es apropiado para tratar los datos blandos, ya que los datos duros por su naturaleza no pasan las pruebas necesarias expresando así que no es adecuado este procedimiento para ellos y por esta razón los datos duros se utilizan sin modificación alguna y entre ambos se conforma la base de datos general, por otro lado, con base en la metodología del TPCI elaborado por el WEF, se utiliza una media aritmética de la base de datos para la generación del índice de competitividad para la región lacustre del estado de Michoacán.

De esta forma, el procedimiento se lleva a cabo en dos etapas:

1. Análisis factorial para procesar los datos blandos.
2. Generación del índice con la base de datos general.

A continuación, se explica cada una de las partes.

#### 4.5.1 Análisis factorial

Para llevar a cabo el análisis, se realiza una serie de pasos utilizando un programa estadístico, en este caso, se emplea el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) de la compañía International Business Machines (IBM), enseguida se mencionarán los puntos a seguir y se explicará cada uno de ellos para la obtención del índice de competitividad por medio del análisis factorial.

El análisis factorial “Es un método de reducción estadística que tiene como objetivo explicar las posibles correlaciones entre ciertas variables. Para ello, teniendo en cuenta el efecto de otras, los factores, que no son observables” (Arias, 2021).

Siendo así, la primera parte del procesamiento de datos que es el análisis factorial, se lleva a cabo con base en los datos blandos provenientes de la información recopilada en los 170 cuestionarios realizados de acuerdo a la muestra (106 de Pátzcuaro, 58 de Quiroga y 6 de Tzintzuntzan) y las 3 preguntas correspondientes a cada una de las 9 dimensiones (27 preguntas por cuestionario).

##### 4.5.1.1 Tablas de frecuencia

En primer lugar, antes de empezar el análisis factorial, se realizará un análisis de los datos generales de todos los cuestionarios aplicados que se usaron para la obtención de los datos blandos, que en este caso fueron 170 como lo indicó la muestra, el objetivo que las tablas de frecuencia pretenden obtener es; conocer la incidencia de la información general recabada en la aplicación de las encuestas que se llevó a cabo en el trabajo de campo, estos datos fueron 5 referencias:

- Municipio.
- Tipo de establecimiento.
- Sexo del encuestado.
- Edad del encuestado.
- Tiempo que lleva trabajando en el sector turístico.

#### 4.5.1.2 Análisis de fiabilidad

A continuación, se debe realizar un análisis de fiabilidad de todos los datos contenidos en la base, éste análisis hace referencia a qué tan fiable es una prueba y si es conveniente proseguir con el modelo, el análisis de fiabilidad en SPSS permite determinar el grado de relación que tienen entre si los diferentes ítems utilizados, también ayuda a analizar las escalas de medición y de los elementos que los componen, si se obtiene un índice de replicabilidad se puede identificar el dato que genera problemas y que debería ser quitado del análisis. Regularmente se utiliza el Alfa de Cronbach, que es un coeficiente de consistencia interna, se basa en el promedio de correlaciones entre los datos. Una de las ventajas de este método es que proporciona la posibilidad de considerar si puede mejorar o empeorar la fiabilidad de la prueba si se excluye un dato determinado (IBM, 2021).

En los resultados se debe considerar que; a un mayor valor del Alfa de Cronbach, es una mayor fiabilidad, el mayor valor que puede tener es 1, y por lo regular, el resultado de esta prueba con un valor superior a 0.70 es considerado aceptable en este modelo (IBM, 2021).

Una vez realizados los dos primeros pasos antes mencionados (análisis de fiabilidad y tablas de frecuencias), los siguientes puntos se realizan por separado a cada una de las 9 dimensiones, para conseguir así un indicador de cada uno.

#### 4.5.1.3 Correlación de las variables

Se debe partir del supuesto de normalidad de las variables para proceder a tratarlas en un estudio, sin embargo, para asegurar dicha normalidad y no seguir solo una suposición, existen diferentes métodos que se pueden emplear en el SPSS y se recomienda aplicar por lo menos dos de ellos al conjunto de datos (Méndez Martínez & Rondón Sepúlveda, 2012).

Para revisar la correlación de las variables, los dos métodos seleccionados en este estudio para verificar la normalidad de los datos serán aplicar la medida de

adecuación muestral Kaiser Meyer Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett que se explican enseguida.

La medida KMO de adecuación de muestreo, permite comparar los coeficientes de correlación entre las variables, prueba si las correlaciones parciales entre ellas son altas o bajas, considera los valores entre 0 y 1 y generalmente se considera aceptable si el valor KMO es superior a 0,5 también debemos contemplar que los valores menores de 0,5 se consideran inadmisibles, tomando en cuenta que mientras más cerca esté de 1 el valor la relación entre las variables es mucho más alta o es perfectamente predicha (IBM, 2021).

Al analizar las correlaciones entre variables, tenemos también la prueba de esfericidad de Bartlett, que evalúa la aplicabilidad del análisis factorial, en este método se califica la hipótesis nula de que no existe correlación entre las variables o que es una matriz de identidad, si se rechaza esta hipótesis, se comprueba que sí existe correlación entre ellas, si el valor  $p$  es menor a 0.05 se acepta la hipótesis nula y se puede realizar el análisis factorial, en caso contrario no es significativo realizar el procedimiento factorial. Es importante considerar que entre más variables existan, es probable detectar correlación entre las mismas (IBM, 2021).

#### 4.5.1.4 Extracción de componentes

Cuando se busca reducir el número de datos, se sugiere el método de componentes principales para la extracción de componentes. Tiene como objetivo transformar un conjunto de datos originales, en un nuevo conjunto (sin perder información), forma una combinación lineal no correlacionada de las originales, denominadas componentes principales (factores) (IBM, 2021).

Al utilizar el método de componentes principales, se genera la tabla de la varianza total explicada, esta tabla muestra cuantos son los componentes principales que explican la mayor cantidad de la varianza total, es decir; en cuantos componentes se agrupan los datos, además muestra las sumas de las cargas al cuadrado de la extracción; que son las que señalan el porcentaje de la varianza de cada componente

y esa información es tomada para asignar la ponderación que tendrá cada componente.

En ese sentido, el resultado se obtiene del porcentaje de la varianza que está ubicado en las sumas de las cargas al cuadrado de la extracción, por ejemplo; si la columna muestra 50 en la primera línea y 50 en la segunda, quiere decir que las variables se dividen en 2 componentes principales y cada uno tiene un 50% de ponderación.

#### 4.5.1.5 Rotación de componentes

Atribuyendo su nombre, se trata de rotar los ejes factoriales a distintos grados, manteniendo fijo el origen, para redistribuir la varianza de los datos iniciales en los factores. Se extraen los valores que sean generalmente mayores a 1 y así se consiguen los factores reducidos que representan a los datos. El método para rotar los componentes elegida fue el VARIMAX, este permite rotar ortogonalmente y se minimiza el número de datos que tienen altas cargas en cada factor, esto permite realizar una mejor interpretación de los datos (IBM, 2021).

Por medio de la rotación de componentes con el método VARIMAX, se genera la tabla de la matriz de componentes rotados que permite simplificar el análisis de la relación que existe entre los datos, agrupándolos en los componentes anteriormente mencionados en la extracción, el mayor de los valores de cada dato indica en cual componente se incluye.

#### 4.5.1.6 Puntuaciones factoriales

Ahora para poder asignar una “calificación” a los componentes resultantes, se crea un nuevo dato para cada factor en la solución final, el método seleccionado es el Anderson-Rubin, creado para estimar coeficientes de puntuación de factor; una modificación del método de Bartlett que asegura la ortogonalidad de los factores estimados. Las puntuaciones que se producen tienen una media de 0, tienen una desviación estándar de 1, y no están correlacionadas (IBM, 2021).

De los nuevos valores obtenidos aquí, se procede a realizar un tratamiento de los mismos para crear la puntuación a utilizar en la base de datos general considerando tres cosas;

- Primero: se va a ponderar cada uno de los componentes con los valores resultantes de la extracción expresados en la tabla de la varianza total explicada.
- Segundo: se debe saber que estos nuevos factores contienen datos negativos, por lo tanto, se deben expresar en valores positivos sin que pierdan su representatividad dentro de la serie.
- Tercero: para simplificar el uso de los nuevos valores se promedian todos los valores del mismo municipio.

Paso 1. Ponderar cada uno de los componentes de acuerdo al porcentaje de varianza de las sumas de extracción de cargas al cuadrado que está en la varianza total explicada, normalizándolos a una escala de 0% a 100% de la siguiente manera:

$$P_i = \frac{V\%i * 1}{\sum V\%i}$$

Donde:

- ✓  $P_i$  = ponderación del componente  $i$ .
- ✓  $V\%i$  = porcentaje de varianza de las sumas de extracción de cargas al cuadrado del componente  $i$ .

Paso 2. Para eliminar los datos negativos de los nuevos valores, cada dato se tendrá que elevar al cuadrado obteniendo así una nueva serie con datos cuadráticos, como se muestra enseguida:

$$ij^2$$

Donde:

- ✓  $ij$  = el valor del componente  $i$  del municipio  $j$ .

Paso 3. Para obtener las puntuaciones el nuevo valor cuadrático de cada municipio se va a multiplicar por la ponderación correspondiente y se suman como se muestra a continuación:

$$Puntuación = (ij^2 * Pi) + \dots + (nj^2 * Pn)$$

Donde:

- ✓  $ij^2$  = el valor al cuadrado del componente  $i$  del municipio  $j$ .
- ✓  $Pi$  = ponderación del componente  $i$ .

Paso 4. De los 177 valores nuevos se asigna un solo valor por municipio, los 106 de Pátzcuaro, los 58 de Quiroga y los 6 de Tzintzuntzan, para manejar así un solo valor por cada municipio con una media aritmética:

$$Puntuación x = \frac{\sum_{i=1}^N Xi}{N}$$

Donde:

- ✓  $Xi$  = conjunto de valores.
- ✓  $N$  = número de valores.

La puntuación factorial generada para los datos blandos por medio del análisis factorial, es considerada como un indicador de la percepción global que tienen los encuestados con respecto a la dimensión correspondiente, es decir, el valor final o *Puntuación x* es 1 indicador en cada municipio.

#### 4.5.2 Generación del índice

Una vez establecido el indicador de percepción de los datos blandos, y de acuerdo con la información obtenida en fuentes oficiales, con los datos duros se crean cinco indicadores en cada dimensión, teniendo un total de seis indicadores en cada

una, por lo tanto, la base de datos general cuenta con un total de 54 elementos por cada municipio (9 dimensiones con 6 indicadores cada una).

Debido a que no se puede tomar parte en la decisión del peso que debe tener cada indicador, a continuación, se procede a ponderar los elementos finales equitativamente para generar un subíndice por cada dimensión y posteriormente el índice total de competitividad, de esta forma el criterio personal del investigador no interfiere en los resultados, además el tener el mismo número de indicadores por cada dimensión afianza este criterio y con estas premisas consideradas se realiza el índice.

Paso 1. Adecuar los datos de cada indicador normalizándolos en una escala de 0 a 100 para alinearlos todos en un mismo rango de medición de la siguiente manera:

$$Ea = \frac{a * 100}{\sum a}$$

Donde:

- ✓  $Ea$  = valor escalado del indicador  $a$ .
- ✓  $a$  = valor del indicador  $a$ .

Paso 2. Ponderar igualmente los indicadores que contiene y expresarlos en porcentaje de la siguiente manera:

$$PI = 100/6$$

Donde:

- ✓  $PI$  = ponderación de los indicadores.
- ✓ Es el resultado de dividir el 100% entre los 6 indicadores que tiene cada dimensión.

Paso 3. Para obtener el subíndice de cada dimensión se multiplica el valor escalado de cada indicador por la ponderación y se suman todos:

$$S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)$$

Donde:

- ✓  $S1$  = subíndice de la dimensión 1.
- ✓  $Ea$  = valor escalado del indicador  $a$ .
- ✓  $PI$  = ponderación de los indicadores.

Paso 4. Para identificar el índice de competitividad de las variables solo se calcula como el promedio (media aritmética) de los subíndices de las dimensiones:

$$ICA = \frac{\sum_{i=1}^N Si}{N}$$

Donde:

- ✓  $ICA$  = índice de competitividad de la variable  $A$ .
- ✓  $Si$  = conjunto de dimensiones.
- ✓  $N$  = número de dimensiones.

Paso 5. La determinación del índice de competitividad total también se calcula con el promedio (media aritmética), pero esta vez de los índices de las variables:

$$ICT = \frac{\sum_{i=1}^N ICi}{N}$$

Donde:

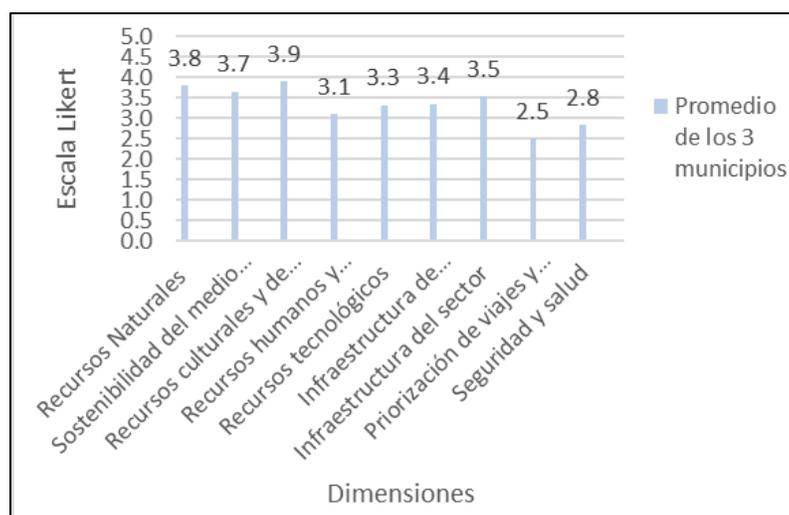
- ✓  $ICT$  = índice de competitividad total.
- ✓  $ICi$  = conjunto de índices de las variables.
- ✓  $N$  = número de índices de las variables.

## CAPÍTULO 5. RESULTADOS

El contenido del capítulo 6 se centra en el reporte de las pruebas aplicadas y sus resultados, primero se muestran las respuestas recabadas en el cuestionario, en los siguientes apartados se presentan las frecuencias del cuestionario y el análisis de fiabilidad, las evaluaciones concluyentes por cada dimensión establecida, finalizando con la generación de un índice de competitividad total para cada municipio estudiado.

El objetivo de la investigación no es solamente medir la percepción que tienen los agentes involucrados en el sector turístico, si no que ésta forme parte de la competitividad como un indicador de la misma, sin embargo, para fines de conocimiento general, a continuación, se observa en la gráfica el promedio de las respuestas contenidas en las encuestas:

**Gráfica 5** *Respuestas del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia (2022).

De los 170 cuestionarios aplicados en los tres municipios, recordando que se hicieron 3 preguntas por cada dimensión y éstas se midieron en base a la escala Likert de 1 a 5, siendo 1 el peor resultado y 5 el mejor, los resultados totales mostraron que, para los encuestados, las dimensiones se calificaron en orden descendente:

1. Recursos culturales y de entretenimiento (3.9)
2. Recursos Naturales (3.8)
3. Sostenibilidad del medio ambiente (3.7)
4. Infraestructura del sector (3.5)
5. Infraestructura de accesibilidad (3.4)
6. Recursos tecnológicos (3.3)
7. Recursos humanos y mercado laboral (3.1)
8. Seguridad y salud (2.8)
9. Priorización de viajes y turismo (2.5)

Los encuestados asumen que los recursos culturales y de entretenimiento son los más competitivos, con una calificación promedio de las tres preguntas y entre los tres municipios de 3.9 dicen que éstos son los más relevantes para atraer turistas, sin embargo, el promedio no llegó a la calificación más alta ya que consideran que los lugares de entretenimiento que tienen no son suficientes de acuerdo a su perspectiva.

Así mismo, las respuestas demostraron que la priorización de viajes y turismo es lo que los encuestados consideran el punto más endeble en el turismo, con un promedio de las tres preguntas de ésta dimensión y entre los tres municipios de 2.5 fue la calificación más baja, manifestaron que tienen poca confianza en la correcta administración gubernamental en materia de turismo, que no es fácil acceder a créditos del gobierno para mejorar sus negocios y que las inversiones que el estado hace en el turismo no generan buenos resultados.

#### 5.1 Frecuencia de los datos generales de las encuestas

Para comenzar, se realiza un análisis de los datos generales de los cuestionarios, estos fueron 5 referencias al principio de la encuesta para conocer mejor el lugar, giro, sexo, edad y años de experiencia de la persona encuestada, se presentan con su tabla de frecuencia correspondiente extraída del SPSS, recordando que la muestra es de 170 establecimientos como se observa en la siguiente tabla:

**Tabla 17** *Estadísticos de las encuestas*

		Municipio	Tipo	Sexo	Edad	Experiencia
N	Válido	170	170	170	170	170
	Perdidos	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

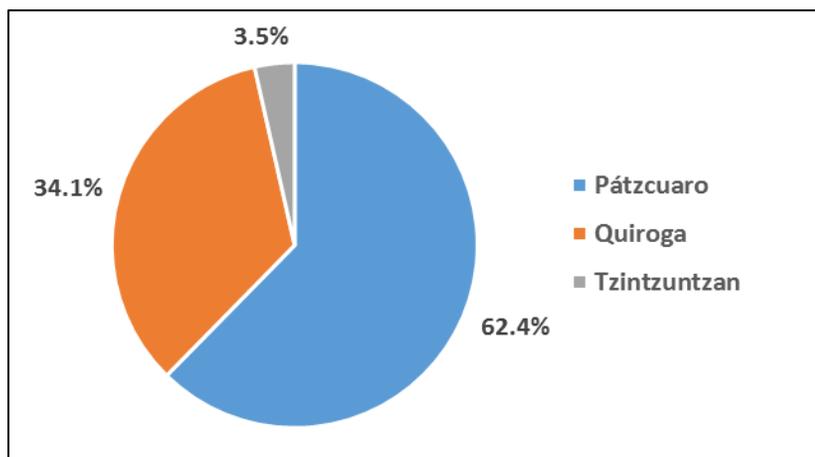
### 1. Municipio donde se realizó la encuesta.

El primer dato recabado en el cuestionario es el lugar donde se completó el cuestionario, solo hay 3 opciones y el total de ellas se realizó de acuerdo a la muestra establecida; 106 para Pátzcuaro, 58 para Quiroga y 6 para Tzintzuntzan, el mayor porcentaje fue el de Pátzcuaro con más de la mitad de los cuestionarios realizados ahí, esto basado en el número total de establecimientos dedicados al turismo en cada lugar, donde se seleccionaron porcentualmente basado en la muestra establecida previamente.

**Tabla 18** *Frecuencia de municipios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pátzcuaro	106	62.4	62.4	62.4
	Quiroga	58	34.1	34.1	96.5
	Tzintzuntzan	6	3.5	3.5	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

**Gráfica 6** *Frecuencia de municipios*

Fuente: Elaboración propia (2022).

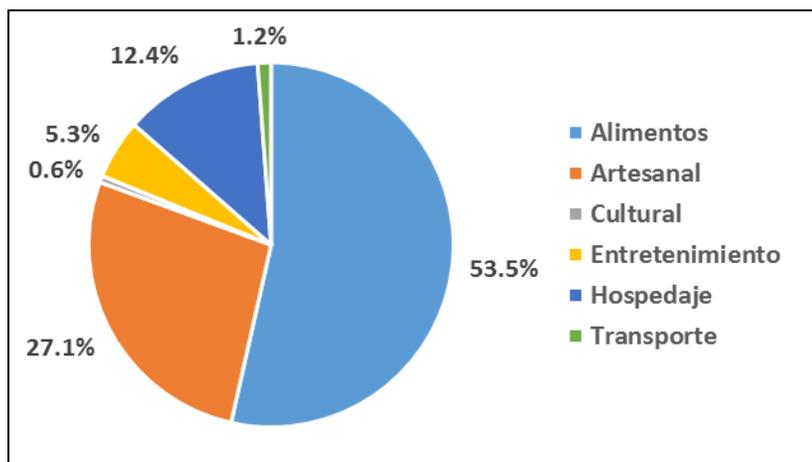
## 2. Tipo de establecimiento.

Este dato selecciona el tipo de establecimiento en el que se realiza la encuesta, sabiendo que fueron previamente definidas las opciones en la determinación de la muestra, como se aprecia en la tabla, más de la mitad de las encuestas fueron hechas en establecimientos de alimentos que incluyen restaurantes, cafeterías, fuentes de sodas, neverías y similares. La menor cantidad fue de solo 1 en un establecimiento cultural, ya que la muestra requería solo eso y se realizó en un museo de Pátzcuaro.

**Tabla 19** *Frecuencia de tipo de establecimiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Alimentos	91	53.5	53.5	53.5
Artesanal	46	27.1	27.1	80.6
Cultural	1	.6	.6	81.2
Entretenimiento	9	5.3	5.3	86.5
Hospedaje	21	12.4	12.4	98.8
Transporte	2	1.2	1.2	100.0
Total	170	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

**Gráfica 7** Frecuencia de tipo de establecimiento

Fuente: Elaboración propia (2022).

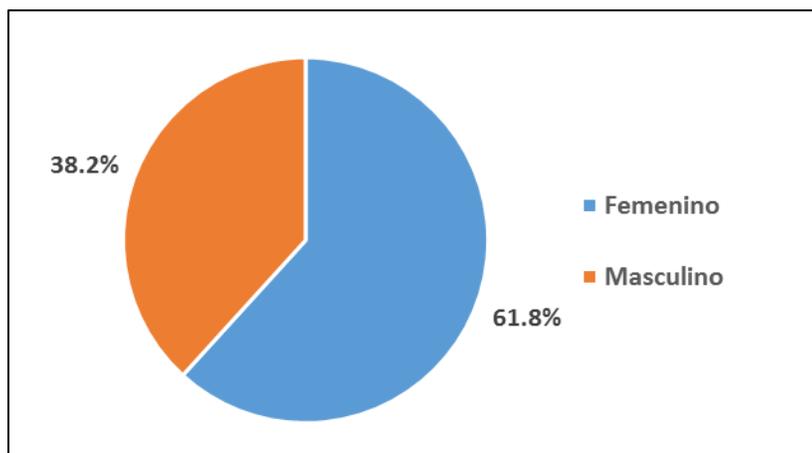
### 3. Sexo del encuestado.

Este dato solo nos refiere a hombre o mujer, no habiendo ninguna encuesta realizada a una persona no identificada, y a pesar de que se realizó aleatoriamente, podemos observar que la mayoría de los encuestados, el 61.8%, son de sexo femenino.

**Tabla 20** Sexo del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	105	61.8	61.8	61.8
	Masculino	65	38.2	38.2	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

**Gráfica 8** *Sexo del encuestado*

Fuente: Elaboración propia (2022).

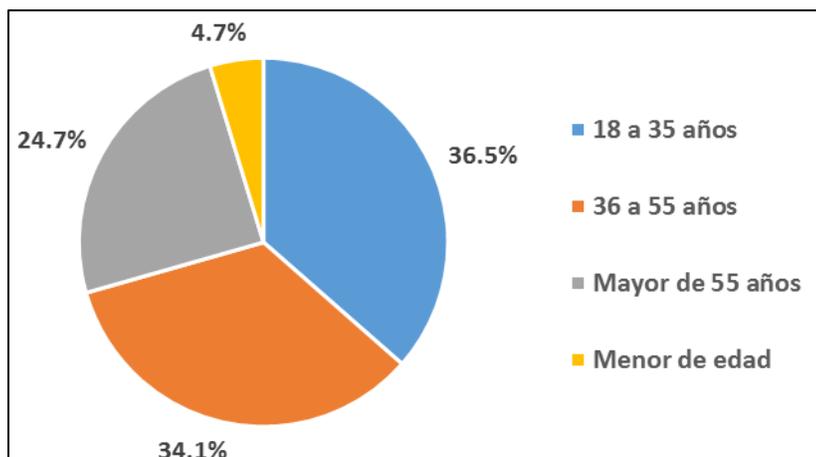
#### 4. Edad del encuestado.

Para el dato de la edad se generó un rango con 4 opciones disponibles, de las cuales vemos que las personas encuestadas de 18 a 35 años fueron la mayoría que corresponden al 36.5% de los encuestados, seguidas de las personas de 36 a 55 años fueron el 34.1% y quedando en último lugar con solo 8 cuestionarios respondidos los menores de edad.

**Tabla 21** *Frecuencia de la edad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18 a 35 años	62	36.5	36.5	36.5
36 a 55 años	58	34.1	34.1	70.6
Mayor de 55 años	42	24.7	24.7	95.3
Menor de edad	8	4.7	4.7	100.0
Total	170	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

**Gráfica 9** *Frecuencia de la edad*

Fuente: Elaboración propia (2022).

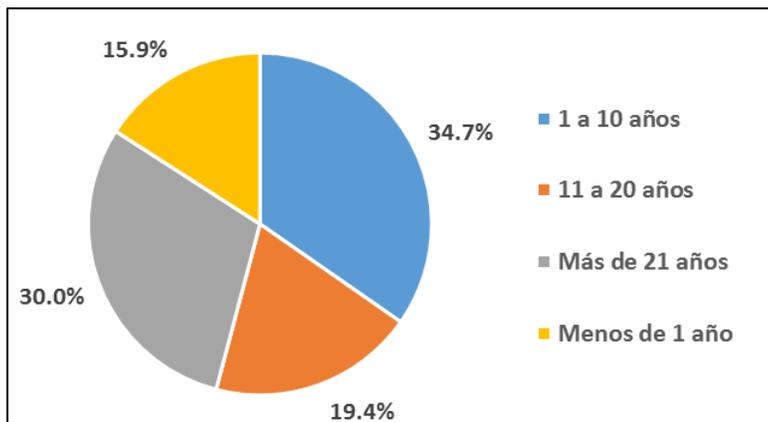
#### 5. Experiencia en el sector turístico.

Al igual que el dato anterior, se elaboró un rango medido en años para conocer el tiempo que lleva la persona encuestada trabajando en el sector turístico, la mayoría de las personas tienen experiencia en el rango de 1 a 10 años, seguido con el 30% de encuestados con más de 21 años de experiencia y solo el 15.9% tiene menos de 1 año laborando en este sector, lo que nos dice que son una población muy adiestrada y con conocimiento del ramo.

**Tabla 22** *Experiencia en el sector turístico*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 a 10 años	59	34.7	34.7	34.7
11 a 20 años	33	19.4	19.4	54.1
Más de 21 años	51	30.0	30.0	84.1
Menos de 1 año	27	15.9	15.9	100.0
Total	170	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

**Gráfica 10** *Experiencia en el sector turístico*

Fuente: Elaboración propia (2022).

## 5.2 Prueba de fiabilidad

Utilizando el modelo Alfa en el SPSS y seleccionando todos los ítems de la encuesta levantada (27 preguntas en 170 cuestionarios), se realiza la prueba donde se busca obtener un valor mínimo de 0.70 para considerar aceptable el estudio, el resultado del análisis de fiabilidad generó un valor del Alfa de Cronbach de 0.809 por lo que se considera aceptable y se puede proceder con el tratamiento de la información mediante el análisis factorial, en la siguiente tabla se puede observar:

**Tabla 23** *Alfa de Cronbach*

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Casos</b>	Válido	170	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	170	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
.809	27

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

### 5.3 Variable A: Recursos naturales y culturales

La primera variable es la única que está compuesta por 3 dimensiones, como se explicó en la metodología, es debido a que el tema de sostenibilidad antes se consideraba parte de los recursos naturales, sin embargo, en la actualidad es tal su impacto que se requiere estudiar por separado para objetar soluciones adecuadas, de este modo las dimensiones de la variable A son;

- Recursos naturales.
- Sostenibilidad del medio ambiente.
- Recursos culturales y de entretenimiento.

En los siguientes apartados se pormenoriza la obtención del subíndice de competitividad de cada una de las dimensiones y el índice de competitividad de la variable en general.

#### 5.3.1 Dimensión 1 Recursos Naturales

Al ser la primera dimensión que se explica, el desarrollo del subíndice es más específico y detallado, con el objetivo de que la comprensión de la metodología utilizada sea clara para el lector y así también que sirva como guía para la descripción del resto de las dimensiones donde, aunque el procedimiento es el mismo, será más conciso.

Los recursos naturales son un factor importante para la competitividad turística, ya que demuestran ser un atractivo primordial en la elección de las opciones existentes, la determinación de los agentes que comprenden esta dimensión busca medir la riqueza que provee la naturaleza misma en los municipios, aquí se numeran los indicadores utilizados para calcular su potencial y las etiquetas asignadas a ellos:

1. Percepción de los recursos naturales PRN
2. Sitios naturales de atracción SNA
3. Superficie forestal de coníferas y latifoliadas SFCL
4. Superficie forestal de bosque mesófilo SFB

5. Superficie forestal de selvas bajas SFS
6. Otras superficies forestales OSF

El indicador 1 se compone de las respuestas obtenidas en los 170 cuestionarios realizados de las preguntas 1, 2 y 3 que se procesaron por análisis factorial y miden; la Relevancia de los recursos naturales, la Atracción de los espacios naturales y la Suficiencia de espacios naturales de recreación, respectivamente. El segundo indicador se obtuvo del INAFED y SECTUR y está medido en unidades, los 4 indicadores finales provienen de la SEMARNAT y están medidos en hectáreas.

En la primera etapa (análisis factorial), se procesan los valores de las respuestas del cuestionario en el SPSS, primero se revisa la correlación de los datos. La medida KMO arrojó un resultado de 0.491, por lo que es considerada apenas como aceptable al redondearla a 0.5, por su parte la prueba de Bartlett es inferior a 0.05, es decir, los datos tienen normalidad y se acepta el hecho de que el análisis factorial es adecuado.

**Tabla 24** Prueba KMO y Bartlett D1

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.491
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	33.695
	gl	3
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Ahora para la extracción de componentes, la prueba a través del método de componentes principales generó la tabla de la varianza total explicada, donde se señala en las sumas de extracción de cargas al cuadrado que es 1 el componente principal que explica la mayor cantidad de la varianza total siendo del 48.246%.

**Tabla 25** *Varianza total explicada D1*

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.447	48.246	48.246	1.447	48.246	48.246
2	.971	32.365	80.611			
3	.582	19.389	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

La rotación de componentes con el método VARIMAX no arrojó matriz de componentes rotados, ya que, al ser un solo componente principal en esta dimensión, no se pueden rotar y todos los indicadores se incluyen en él.

Las puntuaciones factoriales con el método Anderson-Rubin estimaron los coeficientes de puntuación de cada factor (de las 3 respuestas seleccionadas en los 170 cuestionarios) y se produjo una solución final, dando así 1 nuevo valor único que se procesa con los pasos indicados en esta etapa:

1. Ponderación; no hubo necesidad de ponderar ya que solo es un componente y por lo tanto vale el 100% en la puntuación.
2. Eliminación de datos negativos; se elevan los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; el nuevo valor cuadrático se multiplica por la ponderación, en el caso de esta dimensión no tiene objeto, dado que un valor multiplicado por el 100% da como resultado el valor inicial.
4. Puntuación x; de los 170 valores resultantes se promedian los del mismo municipio (106 de Pátzcuaro, 58 de Quiroga y 6 de Tzintzuntzan).

La puntuación factorial generada en cada municipio, es considerada como un indicador de la percepción que tienen los encuestados con respecto a la dimensión 1, el resultado es; Pátzcuaro 0.76, Quiroga 1.20 y Tzintzuntzan 3.14, mismos que se integran a la base de datos general.

Al tener la base de datos incorporada, a continuación, se siguen los pasos indicados de la segunda etapa para generar el subíndice de la dimensión 1:

Tabla 26 Subíndice de competitividad D1

Dimensión 1	Recursos Naturales					
Etiqueta del indicador	PRN	SNA	SFCL	SFB	SFS	OSF
No. del indicador	1	2	3	4	5	6
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	0.76	5.00	20,376.91	168.13	46.75	492.88
Quiroga	1.20	-	8,737.27	-	1,168.47	128.71
Tzintzuntzan	3.14	2.00	4,484.51	-	236.93	129.29
suma de los valores ( $\sum a$ )	5.10	7.00	33,598.69	168.13	1,452.15	750.88
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a*100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	14.90	71.43	60.65	100.00	3.22	65.64
Quiroga	23.53	-	26.00	-	80.46	17.14
Tzintzuntzan	61.57	28.57	13.35	-	16.32	17.22
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 1					
Pátzcuaro	52.64					
Quiroga	24.52					
Tzintzuntzan	22.84					

Fuente: Elaboración propia (2022).

El subíndice generado en la dimensión 1 Recursos naturales posicionó a los municipios de la siguiente manera:

1. Pátzcuaro (52.64)
2. Quiroga (24.52)
3. Tzintzuntzan (22.84)

En lo que respecta a los recursos naturales, Pátzcuaro es el municipio más competitivo y Tzintzuntzan el menos competitivo, debido a que en términos generales, aunque los tres municipios son conocidos por estar en un lugar geográfico rico en este tipo de recursos sin ser muy diferente uno de otro, Pátzcuaro es mayor en cuanto a tamaño teniendo más del doble de superficies forestales que Quiroga y cuatro veces más que Tzintzuntzan, además de tener 5 sitios naturales de atracción para los turistas, mientras Quiroga no tiene ninguno y Tzintzuntzan solo cuenta con 2.

### 5.3.2 Dimensión 2 Sostenibilidad del medio ambiente

La importancia de ésta dimensión radica en el estado crítico actual de nuestro planeta en general, temas como reciclaje, disminución de contaminación, conciencia ecológica, etcétera, son cada vez más coloquiales entre la población, no es extraño ver como las nuevas generaciones están más informados al respecto de su relevancia en todos los aspectos de la vida, el turismo es un sector que se ha ido adecuando para cubrir estas necesidades de los demandantes. Ya no es solo la protección al medio ambiente el dilema en cuestión, como se vio en el capítulo 4 del documento; la sostenibilidad es el punto central para desarrollar el sector turístico a futuro.

Las entidades interesadas realizan diversos esfuerzos para lograr el cometido, en el caso de México SECTUR y SEMARNAT desde el año 2000 desarrollaron la “Política y Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico Sustentable”, desde entonces se busca que el turismo se desarrolle y armonice los intereses de la sociedad, abarcando la sostenibilidad ambiental, el crecimiento de los ingresos de la población y la satisfacción de los turistas. El turismo alternativo es una modalidad acuñada para realizar actividades cerca de la naturaleza, pero llevadas a cabo responsablemente, SECTUR describe esta forma de turismo como aquellas actividades turísticas que se realizan teniendo una conexión clara con la naturaleza y la cultura de un lugar, con la convicción de contribuir en su preservación, así mismo, segmentó dichas actividades en 3 rubros: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. (SECTUR, 2002).

Para medir la sostenibilidad del medio ambiente en la región lacustre de Michoacán, siguiendo la numeración que antecede en la dimensión 1, los indicadores utilizados y sus etiquetas empleadas por fines de practicidad son:

7. Percepción de la sostenibilidad del medio ambiente PSMA
8. Áreas naturales protegidas ANP
9. Superficie beneficiada del Programa Nacional Forestal SBPNF
10. Incendios forestales IF
11. Plantas de tratamiento de aguas residuales PTAR
12. Denuncias recibidas en materia ambiental DRMA

El indicador 7 fue obtenido del análisis factorial aplicado a las respuestas 4, 5 y 6 de los cuestionarios realizados, midiendo la Percepción de contaminación, la Relevancia de la conservación del medio ambiente y la Participación en la protección del medio ambiente de los encuestados. Los demás indicadores fueron extraídos del INEGI y se miden en unidades, a excepción del indicador 9 que representa hectáreas, cabe mencionar que los indicadores 10 y 12 son negativos para el índice, por lo que para la base de datos se aplicaron los números inversos de cada uno.

La medida KMO arrojó un resultado de 0.477, por lo que también es considerada apenas como aceptable al redondearla a 0.5, en esta ocasión solo pasó como aceptable esa prueba ya que la de Bartlett no es inferior a 0.05, es decir que se acepta solo con una prueba que el análisis factorial es adecuado.

**Tabla 27** *Prueba KMO y Bartlett D2*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.477
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	5.678
	gl	3
	Sig.	.128

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

La varianza total explicada de la dimensión 2 señala que los componentes principales que explican la mayor cantidad de la varianza total son 2; el primer componente explica el 38.839% del total y el segundo componente explica el 34.242%.

**Tabla 28** *Varianza total explicada D2*

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.165	38.839	38.839	1.165	38.839	38.839
2	1.027	34.242	73.081	1.027	34.242	73.081
3	.808	26.919	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Con la rotación de componentes del método VARIMAX se obtuvo la matriz de componentes rotados, el mayor valor indica en cual componente se incluye cada indicador, se observa que el componente 1 incluye la Relevancia de la conservación del medio ambiente y la Participación en la protección del medio ambiente, a su vez el componente 2 se compone del indicador Percepción de contaminación:

**Tabla 29** *Matriz de componente rotado D2*

	Componente	
	1	2
Percepción de contaminación	.004	.943
Relevancia de la conservación del medio ambiente	.780	-.247
Participación en la protección del medio ambiente	.744	.285

Método de extracción: análisis de componentes principales.  
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.  
a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Las puntuaciones factoriales arrojaron 1 nuevo valor de cada componente, estos se procesan con los pasos de la primera etapa:

1. Ponderación; el componente 1 explica el 38.839% de la varianza total y el componente 2 el 34.242%, al normalizarlos con la fórmula establecida a una escala de 0% a 100% cada una tiene un peso del 53% y del 47% respectivamente en la puntuación.
2. Eliminación de datos negativos; se elevan los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; el valor cuadrático se multiplica por la ponderación correspondiente, en el caso de esta dimensión el valor del componente 1 se multiplica por 53%, el valor del componente 2 se multiplica por el 47% y ambos resultados se suman.
4. Puntuación  $x_i$ ; de los 170 casos se promedian los del mismo municipio.

La puntuación factorial de cada municipio resultó para Pátzcuaro de 1.12, para Quiroga 0.79 y en Tzintzuntzan 0.80.

En la segunda etapa se genera el subíndice de la dimensión 2:

**Tabla 30** Subíndice de competitividad D2

Dimensión 2	Sostenibilidad del medio ambiente					
Etiqueta del indicador	PSMA	ANP	SBPNF	IF	PTAR	DRMA
No. del indicador	7	8	9	10	11	12
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	1.12	2.00	195.50	0.03	3.00	0.17
Quiroga	0.79	-	55.00	0.13	2.00	1.00
Tzintzuntzan	0.80	-	-	0.11	1.00	1.00
suma de los valores ( $\sum a$ )	2.71	2.00	250.50	0.27	6.00	2.17
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a*100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	41.33	100.00	78.04	11.37	50.00	7.69
Quiroga	29.15	-	21.96	46.92	33.33	46.15
Tzintzuntzan	29.52	-	-	41.71	16.67	46.15
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 2					
Pátzcuaro	48.07					
Quiroga	29.59					
Tzintzuntzan	22.34					

Fuente: Elaboración propia (2022).

En la dimensión 2 Sostenibilidad del medio ambiente, el subíndice fue:

1. Pátzcuaro (48.07)
2. Quiroga (29.59)
3. Tzintzuntzan (22.34)

Pátzcuaro vuelve a ser el municipio más competitivo y Tzintzuntzan el menos competitivo también, aunque esta vez fue un poco más baja la diferencia entre ellos al bajar la calificación de Pátzcuaro, se puede inferir que Quiroga y Tzintzuntzan están

mejor dotados de los factores de esta dimensión en comparación con la anterior. Pátzcuaro es el único de ellos que tiene áreas naturales protegidas, también tiene más del triple de superficie beneficiada por reforestación que Quiroga mientras Tzintzuntzan no recibió beneficio alguno, contrariamente Pátzcuaro tuvo más incendios forestales y denuncias en materia ambiental, lo que bajó su competitividad y permitió a los otros dos mejorar, por último el número de plantas de tratamiento de aguas residuales, que ayuda a la conservación del medio ambiente, fue de 3, 2 y 1 respectivamente en los municipios y representó un mejor resultado para Pátzcuaro.

### 5.3.3 Dimensión 3 Recursos culturales y de entretenimiento

Los recursos culturales y de entretenimiento representan también un factor primordial para que los turistas elijan un destino al cual visitar, en la región lacustre de Michoacán se encuentra una vasta riqueza en este aspecto, los municipios analizados son el eje de las tradiciones purépechas y por lo tanto se pretende medir los elementos que dan competitividad a cada uno, los indicadores seleccionados para el fin en cuestión y sus etiquetas son:

13. Percepción de los recursos culturales y de entretenimiento PRCE
14. Atractivos turísticos AT
15. Fiestas y eventos FE
16. Lugares de entretenimiento LDE
17. Nombramiento de Pueblo Mágico NPM
18. Población de 5 años o más hablante de lengua indígena PHLI

El primer indicador de esta dimensión, al igual que en las demás dimensiones, fue obtenido del análisis factorial aplicado a las respuestas de los 170 cuestionarios realizados, en este caso específicamente de las preguntas 7, 8 y 9 que evalúan; Relevancia de los recursos culturales, Relevancia de los lugares de entretenimiento y Suficiencia de lugares de entretenimiento. Los indicadores 14 y 15 están medidos en unidades y la fuente de información fue INAFED y SECTUR para ambos, el indicador 16 y 17 también están medidos en unidades, se extrajeron del INEGI y de SECTUR

respectivamente, por último, el indicador 18 mide a miles de personas y también se extrajo del INEGI.

La medida KMO arrojó un resultado de 0.521 por lo que es considerada como aceptable, por su parte la prueba de Bartlett es inferior a 0.05, es decir que el análisis factorial es adecuado para los datos.

**Tabla 31 Prueba KMO y Bartlett D3**

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.521
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	20.289
	gl	3
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

En la varianza total explicada, se indica que en esta dimensión también es solo 1 el componente principal que explica la mayor cantidad de la varianza total, explicando el 45.49% de ella y al ser solo un componente no hay matriz de componentes rotados.

**Tabla 32 Varianza total explicada D3**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.365	45.490	45.490	1.365	45.490	45.490
2	.957	31.915	77.405			
3	.678	22.595	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

El nuevo valor generado por las puntuaciones factoriales se procesan en la primera etapa con los pasos:

1. Ponderación; al ser un componente, éste tiene el 100% del peso.
2. Eliminación de datos negativos; se elevan los nuevos valores al cuadrado.

3. Puntuación; en esta dimensión tampoco es necesario este paso ya que el resultado es el mismo que el del paso anterior.
4. Puntuación  $x_i$ ; de los 170 casos se promedian los del mismo municipio.

La puntuación factorial la dimensión 3 arrojó como resultado resultó para de cada municipio; Pátzcuaro 1.18, Quiroga 0.72 y Tzintzuntzan 0.40.

En la segunda etapa se genera el subíndice de la dimensión 3:

**Tabla 33** *Subíndice de competitividad D3*

Dimensión 3	Recursos culturales y de entretenimiento					
Etiqueta del indicador	PRCE	AT	FE	LDE	NPM	PHLI
No. del indicador	13	14	15	16	17	18
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	1.18	24.00	20.00	18.00	1.00	5,697.00
Quiroga	0.72	7.00	7.00	6.00	-	7,649.00
Tzintzuntzan	0.40	5.00	3.00	-	1.00	1,319.00
suma de los valores ( $\sum a$ )	2.30	36.00	30.00	24.00	2.00	14,665.00
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a \cdot 100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	51.30	66.67	66.67	75.00	50.00	38.85
Quiroga	31.30	19.44	23.33	25.00	-	52.16
Tzintzuntzan	17.39	13.89	10.00	-	50.00	8.99
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea \cdot PI) + \dots + (En \cdot PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 3					
Pátzcuaro	58.08					
Quiroga	25.21					
Tzintzuntzan	16.71					

Fuente: Elaboración propia (2022).

En la dimensión 3 Recursos culturales y de entretenimiento el subíndice mostró:

1. Pátzcuaro (58.08)
2. Quiroga (25.21)
3. Tzintzuntzan (16.71)

La información recabada en los indicadores de ésta dimensión favoreció a Pátzcuaro, dejándolo de nuevo en el primer lugar como el municipio más competitivo, ya que tiene el triple de atractivos turísticos como museos, plazas e iglesias que Quiroga y siendo también casi cinco veces más numerosos que en Tzintzuntzan aunque éste último es el único que cuenta con zonas arqueológicas, la misma situación se repite en el número de fiestas y eventos con los que cuentan, además los lugares de entretenimiento como bares, centros nocturnos y balnearios, son también más numerosos en Pátzcuaro y Tzintzuntzan no cuenta con ninguno, por otra parte, el nombramiento de pueblo mágico solo lo tienen Pátzcuaro y Tzintzuntzan y esto hace sumamente atractivo un lugar turístico, finalmente el indicador que mide la población que habla lengua indígena, como sinónimo de riqueza cultural, resultó más alto en Quiroga, en ésta ocasión el subíndice es más bajo en el resultado del último municipio habiendo una brecha más amplia entre ellos.

#### 5.3.4 Índice de competitividad Variable A

Dados los resultados de las tres dimensiones que forman parte de la variable A, se procede a realizar la media aritmética para la obtención del mismo.

**Tabla 34** *Índice de competitividad variable A*

Municipio	Subíndice de la dimensión 1	Subíndice de la dimensión 2	Subíndice de la dimensión 3
Pátzcuaro	52.64	48.07	58.08
Quiroga	24.52	29.59	25.21
Tzintzuntzan	22.84	22.34	16.71
<b>Variable A</b>	<b>Recursos naturales y culturales</b>		
Pátzcuaro	52.93		
Quiroga	26.44		
Tzintzuntzan	20.63		

Fuente: Elaboración propia (2022).

#### 5.4 Variable B Capital humano y tecnológico

La segunda variable está compuesta por 2 dimensiones;

- Recursos humanos y mercado laboral.
- Recursos tecnológicos.

En los siguientes apartados se detalla la obtención del subíndice de competitividad de cada una de las dimensiones y el índice de competitividad de la variable.

#### 5.4.1 Dimensión 4 Recursos humanos y mercado laboral

Con esta dimensión se pretende medir el nivel de competitividad que cada municipio tiene en el aspecto humano que interviene en el turismo, así como los aspectos relevantes del campo laboral del mismo. Los indicadores seleccionados y las etiquetas asignadas son:

19. Percepción de los recursos humanos y mercado laboral PRHML
20. Población de 12 años y más económicamente activa PEA
21. Población de 12 años y más económicamente activa ocupada PEO
22. Conflictos de trabajo CT
23. Conflictos de trabajo solucionados CTS
24. Grado de escolaridad de la población de 15 y más años GEP

El primer indicador se obtuvo del análisis factorial aplicado a las respuestas 10, 11 y 12 del cuestionario, mismas que analizan la Suficiencia de la fuerza laboral, la Competitividad de salarios y la Inclusión de género. Los demás indicadores provienen del INEGI, los indicadores 20 y 21 miden el porcentaje de la población, los indicadores 22 y 23 miden unidades y el 24 mide años de escolaridad, se hace hincapié en el hecho de que el indicador 23 es negativo para el índice, ya que si se tiene más conflictos es menos competitivo el mercado laboral, por tal motivo el valor de dicho indicador fue aplicado con el número inverso del mismo en la base de datos.

La medida KMO arrojó un resultado de 0.529, por lo que es considerada como aceptable, por su parte la prueba de Bartlett es inferior a 0.05, es decir que el análisis factorial es adecuado.

**Tabla 35** *Prueba KMO y Bartlett D4*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.529
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	13.790
	gl	3
	Sig.	.003

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

La extracción de componentes generó la varianza total explicada, donde se señala que es 1 el componente principal que explica la mayor cantidad de la varianza total y éste explica el 43.669% de ella.

**Tabla 36** *Varianza total explicada D4*

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.310	43.669	43.669	1.310	43.669	43.669
2	.950	31.674	75.344			
3	.740	24.656	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Los valores producidos con las puntuaciones factoriales que se procesan en esta etapa:

1. Ponderación; como es solo un componente vale el 100% en la puntuación.
2. Eliminación de datos negativos; se elevan los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; al multiplicarlo por el 100% de ponderación da como resultado el mismo valor.
4. Puntuación  $x$ ; se promedian los valores del mismo municipio.

El indicador de percepción generado con el análisis factorial dio los resultados para Pátzcuaro 0.97, para Quiroga 1.08 y en Tzintzuntzan 0.48, mismos que se integran a la base de datos general.

Tabla 37 Subíndice de competitividad D4

Dimensión 4	Recursos humanos y mercado laboral					
Etiqueta del indicador	PRHML	PEA	PEAO	CT	CTS	GEP
No. del indicador	19	20	21	22	23	24
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	0.97	65.10	98.60	0.02	31.00	8.90
Quiroga	1.08	67.20	98.90	0.20	3.00	7.60
Tzintzuntzan	0.48	64.70	99.00	0.33	-	8.10
suma de los valores ( $\sum a$ )	2.53	197.00	296.50	0.55	34.00	24.60
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a*100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	38.34	33.05	33.25	2.80	91.18	36.18
Quiroga	42.69	34.11	33.36	36.45	8.82	30.89
Tzintzuntzan	18.97	32.84	33.39	60.75	-	32.93
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 4					
Pátzcuaro	39.13					
Quiroga	31.05					
Tzintzuntzan	29.81					

Fuente: Elaboración propia (2022).

Del subíndice en la dimensión 4 Recursos humanos y mercado laboral, se observa lo siguiente:

1. Pátzcuaro (39.13)
2. Quiroga (31.05)
3. Tzintzuntzan (29.81)

Aunque siguen ubicados en la misma posición de competencia, ésta es la dimensión en donde hubo menos diferencia entre los resultados, siendo así el rubro en el que se encuentran más equitativa la medición y es el puntaje más bajo que obtuvo Pátzcuaro de todas las dimensiones, los factores que favorecieron dicho resultado fueron principalmente los que midieron la fuerza laboral ya que el porcentaje de la población económicamente activa y el porcentaje de la población económicamente activa ocupada fueron muy similares en los tres municipios, además de que los

conflictos de trabajo que son negativos para la competitividad fueron más numerosos en Pátzcuaro disminuyendo su resultado, aunque a la vez fue un poco compensando por el número de conflictos de trabajo solucionados que aunque también fue el más alto de los tres, no lo fue en el mismo grado que el anterior, también se resalta que el grado de escolaridad de la población es muy similar para todos, sobresaliendo solo un poco en Pátzcuaro y siendo menor el de Quiroga.

#### 5.4.2 Dimensión 5 Recursos tecnológicos

La tecnología es un recurso inminente en la actualidad, proporciona facilidades a los usuarios al realizar sus labores, además el avance de los servicios ha empujado a la población a capacitarse y actualizarse en esta materia, sin embargo, en los lugares donde las tradiciones son arraigadas, existe cierta resistencia al cambio que impiden que la evolución tecnológica avance a la par de otros lugares.

Con esta dimensión se busca cuantificar factores los determinantes que impactan en el nivel de competitividad en cuanto a los recursos tecnológicos y el uso de ellos en el turismo. Los indicadores para lograrlo y las etiquetas asignadas en esta dimensión son:

25. Percepción de los recursos tecnológicos PRT
26. Viviendas con electricidad VE
27. Viviendas particulares habitadas que disponen de Internet VI
28. Viviendas particulares habitadas que disponen de computadora VC
29. Viviendas particulares habitadas que disponen de teléfono fijo VTF
30. Viviendas particulares habitadas que disponen de teléfono celular VTC

El indicador 25 fue obtenido del análisis factorial aplicado a las respuestas 10, 11 y 12 de las preguntas en los 170 cuestionarios realizados que midieron la Relevancia de los recursos tecnológicos, el Uso de medios electrónicos y la Eficiencia del internet, respectivamente. El resto de los indicadores provienen del INEGI y miden el porcentaje de las viviendas.

La medida KMO dio como resultado 0.541 y se considera aceptable, la prueba de Bartlett es de 0.002 y también se considera aceptable.

**Tabla 38** Prueba KMO y Bartlett D5

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.541
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	15.000
	gl	3
	Sig.	.002

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

La varianza total explicada, indica que en esta dimensión también es 1 el componente principal que explica la mayor cantidad de la varianza total y en este caso explica el 44.415%.

**Tabla 39** Varianza total explicada D5

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.332	44.415	44.415	1.332	44.415	44.415
2	.929	30.970	75.386			
3	.738	24.614	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Con el método Anderson-Rubin se crearon las puntuaciones factoriales, los valores producidos se procesan con los siguientes pasos:

1. Ponderación; no hubo necesidad de ponderar ya que solo es un componente.
2. Eliminación de datos negativos; elevando los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; quedan los mismos valores porque solo es 1 componente.
4. Puntuación  $x$ ; se promedian los valores del mismo municipio.

El análisis factorial creó el indicador de percepción con los resultados; Pátzcuaro 1.09, Quiroga 0.87 y Tzintzuntzan 0.48, estos se trasladan a la base de datos general.

**Tabla 40** Subíndice de competitividad D5

Dimensión 5	Recursos tecnológicos					
Etiqueta del indicador	PRT	VE	VI	VC	VTF	VTC
No. del indicador	25	26	27	28	29	30
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	1.09	99.20	43.90	28.80	25.90	87.70
Quiroga	0.87	99.40	33.20	21.90	14.80	83.50
Tzintzuntzan	0.48	99.40	14.90	14.50	9.60	79.70
suma de los valores ( $\sum a$ )	2.44	298.00	92.00	65.20	50.30	250.90
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a*100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	44.67	33.29	47.72	44.17	51.49	34.95
Quiroga	35.66	33.36	36.09	33.59	29.42	33.28
Tzintzuntzan	19.67	33.36	16.20	22.24	19.09	31.77
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 5					
Pátzcuaro	42.72					
Quiroga	33.57					
Tzintzuntzan	23.72					

Fuente: Elaboración propia (2022).

En la dimensión 5 que considera los Recursos tecnológicos, el subíndice fue de:

1. Pátzcuaro (42.72)
2. Quiroga (33.57)
3. Tzintzuntzan (23.72)

Al igual que en todas las dimensiones, Pátzcuaro es el municipio más competitivo, pero también, después de la dimensión 4, ésta es la segunda con menos diferencias en los resultados o que menos distancia tienen los municipios de la media, además ser la dimensión donde Quiroga obtuvo su mejor resultado, dicha resolución

surge del hecho de que los indicadores miden el porcentaje de viviendas y dichos porcentajes son muy cercanos, en el caso de las viviendas que tienen electricidad el porcentaje de Pátzcuaro es un poco más bajo que los otros dos municipios pero solo por 0.20%, para las viviendas que disponen de internet, computadora, teléfono fijo y teléfono celular, es Pátzcuaro el que tiene mayor porcentaje y Tzintzuntzan el de menor porcentaje en todas.

#### 5.4.3 Índice de competitividad Variable B

Dados los resultados de las dos dimensiones que forman parte de la variable B, se procede a realizar la media aritmética para la obtención del índice.

**Tabla 41** *Índice de competitividad variable B*

Municipio	Subíndice de la dimensión 4	Subíndice de la dimensión 5
Pátzcuaro	39.13	42.72
Quiroga	31.05	33.57
Tzintzuntzan	29.81	23.72
<b>Variable B</b>	<b>Capital humano y tecnológico</b>	
Pátzcuaro	40.92	
Quiroga	32.31	
Tzintzuntzan	26.77	

Fuente: Elaboración propia (2022).

#### 5.5 Variable C Infraestructura

La variable de infraestructura está dividida en 2 dimensiones, para estudiar por separado las vertientes, ya que ambas son importantes para el turismo, pero, de diferente forma y así los resultados separados pueden ayudar a que las recomendaciones sean más específicas a sus necesidades particulares, estas dimensiones son;

- Infraestructura de accesibilidad.
- Infraestructura del sector.

Enseguida se describe la generación del subíndice de competitividad de cada una de estas dimensiones y como en conjunto forman el índice de competitividad de la variable C.

#### 5.5.1 Dimensión 6 Infraestructura de accesibilidad

La infraestructura de accesibilidad abarca los elementos que facilitan el flujo de turistas hacia el destino turístico, es relevante que los medios de transporte y las redes viales sean óptimas y suficientes para atender la demanda existente, además, al buscar el incremento del turismo, hay que revisar si se tienen las condiciones adecuadas para ese fin. Los indicadores seleccionados y las etiquetas asignadas en esta dimensión son:

31. Percepción de la infraestructura de accesibilidad PIA
32. Gasolineras establecidas GSE
33. Longitud de la red carretera LRC
34. Empresas de transporte turístico ETT
35. Automóviles registrados de servicio público ARSP
36. Camiones de pasajeros registrados de servicio público CPRSP

El primer indicador es el promedio de percepción que se obtuvo del análisis factorial realizado con el cuestionario, específicamente las respuestas 16, 17 y 18 que miden la Calidad de la infraestructura de transporte turístico, la Percepción de los costos de transporte y la Suficiencia de accesos viales. Los demás indicadores provienen del INEGI y están medidos en unidades, excepto el indicador 33 que mide kilómetros.

En esta dimensión la medida KMO dio un resultado de 0.590 y la prueba de esfericidad de Bartlett es de 0.000, por lo que pasa ambas pruebas como aceptables para continuar con el análisis factorial.

**Tabla 42 Prueba KMO y Bartlett D6**

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.590
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	67.449
	gl	3
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

La extracción de componentes dio la tabla de la varianza total explicada, aquí se señala que es un componente principal el que explica la mayor cantidad de la varianza total, en este caso explica el 57.386% de ella y todos los elementos se incluyen en este componente, por lo que no hay matriz de componentes rotados.

**Tabla 43 Varianza total explicada D6**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.722	57.386	57.386	1.722	57.386	57.386
2	.783	26.090	83.475			
3	.496	16.525	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Las puntuaciones factoriales crearon los valores producidos por los datos de las 170 encuestas y con esta información se procesa la primera etapa:

1. Ponderación; al ser solo un componente tiene el 100% en la puntuación.
2. Eliminación de datos negativos; elevando los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; los valores se multiplican por el 100% de ponderación y eso da como resultado el mismo valor.
4. Puntuación  $x_i$ ; en este paso se promedian los valores pertenecientes al mismo municipio.

En esta etapa el indicador generado resultó para Pátzcuaro con 1.07, para Quiroga 0.93 y en Tzintzuntzan dio 0.25, ahora estos datos se agregan a la base de datos general.

**Tabla 44** Subíndice de competitividad D6

Dimensión 6	Infraestructura de accesibilidad					
Etiqueta del indicador	PIA	GSE	LRC	ETT	ARSP	CPRSP
No. del indicador	31	32	33	34	35	36
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	1.07	10.00	126.00	9.00	695.00	441.00
Quiroga	0.93	2.00	40.00	1.00	62.00	44.00
Tzintzuntzan	0.25	2.00	37.00	-	60.00	63.00
suma de los valores ( $\sum a$ )	2.25	14.00	203.00	10.00	817.00	548.00
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a*100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	47.56	71.43	62.07	90.00	85.07	80.47
Quiroga	41.33	14.29	19.70	10.00	7.59	8.03
Tzintzuntzan	11.11	14.29	18.23	-	7.34	11.50
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 6					
Pátzcuaro	72.77					
Quiroga	16.82					
Tzintzuntzan	10.41					

Fuente: Elaboración propia (2022).

El subíndice 6 de la dimensión Infraestructura de accesibilidad, resultó:

1. Pátzcuaro (72.77)
2. Quiroga (16.82)
3. Tzintzuntzan (10.41)

Ésta dimensión es en la que Pátzcuaro tuvo la puntuación más alta de todas las dimensiones y al mismo tiempo tiene una mayor distancia con la segunda posición, es decir, Pátzcuaro está mucho mejor dotado en infraestructura de accesibilidad, esto es así debido a que tiene 5 veces más gasolineras que Quiroga y Tzintzuntzan, su

longitud carretera es el triple que la de Quiroga y el cuádruple que la de Tzintzuntzan, tiene 9 empresas de transporte turístico mientras que Quiroga solo tiene una y Tzintzuntzan no cuenta con ninguna, además los automóviles y camiones que Pátzcuaro tiene registrados para servicio público superan en números al 100% los de Quiroga y Tzintzuntzan.

#### 5.5.2 Dimensión 7 Infraestructura del sector

La infraestructura del sector abarca la capacidad que tienen los agentes que brindan servicios turísticos y pretende medir su suficiencia y eficacia para satisfacer las necesidades de los turistas, es vital comprender que, aunque los municipios seleccionados se dedican principalmente a esta actividad, no siempre cuentan con los elementos necesarios para brindar una experiencia satisfactoria a los visitantes.

La dimensión 7 se conforma, al igual que todas las dimensiones, por seis indicadores, la selección de éstos pretende buscar los elementos más idóneos que repercuten en el nivel de competitividad y son:

- 37. Percepción de la infraestructura del sector PIS
- 38. Establecimientos de hospedaje EH
- 39. Cuartos y unidades de hospedaje registrados CUHR
- 40. Establecimientos de preparación de alimentos y bebidas EPAB
- 41. Agencias de viajes y servicios de reservación AVSR
- 42. Tiendas de artesanías TA

El indicador de percepción surge del análisis factorial del cuestionario, específicamente de las 170 respuestas de las preguntas 19, 20 y 21 que miden la Calidad de la infraestructura del sector turístico, la Percepción de los costos de los servicios turísticos y la Suficiencia de infraestructura turística. Los demás indicadores se extrajeron del INEGI y están medidos en unidades, a excepción del indicador 39 que está medido en cientos de cuartos y unidades.

La dimensión 7 en la medida KMO dio como resultado 0.622 así que se considera aceptable, así mismo la prueba de Bartlett que es de 0.000 también se considera aceptable para el análisis factorial.

**Tabla 45** *Prueba KMO y Bartlett D7*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.622
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	37.103
	gl	3
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

La extracción de componentes indica que es uno solo el componente principal que explica la mayor cantidad de la varianza total, explicando el 52.401% de ella y en esta dimensión tampoco se rotan los componentes.

**Tabla 46** *Varianza total explicada D7*

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.572	52.401	52.401	1.572	52.401	52.401
2	.731	24.355	76.755			
3	.697	23.245	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Con el método Anderson-Rubin, las puntuaciones factoriales generaron nuevos valores que se procesan con los pasos en la primera etapa:

1. Ponderación; un componente con el 100% de ponderación.
2. Eliminación de datos negativos; elevando los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; quedan los mismos valores al multiplicarlos por el 100% de ponderación.
4. Puntuación  $x$ ; se promedian los valores del mismo municipio.

La puntuación x arrojó los resultados; Pátzcuaro 1.02, Quiroga 1.04 y Tzintzuntzan 0.15, estos valores se trasladan a la base de datos general como el indicador de percepción de esta dimensión.

**Tabla 47** Subíndice de competitividad D7

Dimensión 7	Infraestructura del sector					
Etiqueta del indicador	PIS	EH	CUHR	EPAB	AVSR	TA
No. del indicador	37	38	39	40	41	42
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	1.02	74.00	1,384.00	240.00	3.00	53.00
Quiroga	1.04	12.00	258.00	84.00	2.00	85.00
Tzintzuntzan	0.15	6.00	63.00	16.00	-	5.00
suma de los valores ( $\sum a$ )	2.21	92.00	1,705.00	340.00	5.00	143.00
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a*100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	46.15	80.43	81.17	70.59	60.00	37.06
Quiroga	47.06	13.04	15.13	24.71	40.00	59.44
Tzintzuntzan	6.79	6.52	3.70	4.71	-	3.50
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 7					
Pátzcuaro	62.57					
Quiroga	33.23					
Tzintzuntzan	4.20					

Fuente: Elaboración propia (2022).

La dimensión que mide la Infraestructura del sector en el subíndice 7 es:

1. Pátzcuaro (62.57)
2. Quiroga (33.23)
3. Tzintzuntzan (4.20)

La infraestructura del sector turístico dio el subíndice más bajo de todos a Tzintzuntzan, es también el resultado que tiene más diferencia entre los tres municipios y la media más baja, por lo que se puntualiza que éste es el problema más grave en la competitividad turística, los indicadores señalaron que en Tzintzuntzan hay muy

pocos establecimientos de hospedaje y por ende pocos cuartos y unidades para quedarse a pernoctar, tiene 15 veces menos establecimientos que venden alimentos y bebidas que Pátzcuaro, no cuenta con ninguna agencia de viajes o reservación y aunque hay muchos artesanos en el municipio, no hay establecimientos suficientes para ofrecer los productos y la gran mayoría se venden a intermediarios que los distribuyen en otros lugares.

### 5.5.3 Índice de competitividad Variable C

Con los subíndices resultantes de las dos dimensiones que conforman la variable en cuestión, se calcula la media aritmética y así se obtiene el índice.

**Tabla 48** *Índice de competitividad variable C*

Municipio	Subíndice de la dimensión 6	Subíndice de la dimensión 7
Pátzcuaro	72.77	62.57
Quiroga	16.82	33.23
Tzintzuntzan	10.41	4.20
<b>Variable C</b>	<b>Infraestructura</b>	
Pátzcuaro	67.67	
Quiroga	25.03	
Tzintzuntzan	7.31	

Fuente: Elaboración propia (2022).

### 5.6 Variable D Función gubernamental

La función gubernamental se compone de 2 dimensiones, separadas para analizar primero, las acciones del gobierno en materia turísticas y segundo, los elementos que no son directos del sector turístico, pero que impactan en su competitividad, estos son;

- Priorización de viajes y turismo
- Seguridad y salud

Se procesan los datos para crear el subíndice de competitividad de las dos dimensiones y con ellas se determina el índice de competitividad de la variable, a continuación, se explica el proceso.

#### 5.6.1 Dimensión 8 Priorización de viajes y turismo

La priorización de viajes y turismo se centra en la medición de las políticas públicas inherentes al turismo, con el objetivo de determinar en cuál de los municipios son más eficientes y en cuál se requieren impulsar. Los indicadores seleccionados y las etiquetas asignadas en esta dimensión son:

- 43. Percepción de la priorización de viajes y turismo PPVT
- 44. Ingresos por impuestos IPI
- 45. Inversión pública ejercida IPE
- 46. Convenios de colaboración CC
- 47. Capacitaciones y certificaciones CYC
- 48. Acciones para el desarrollo turístico y cultural ADTC

El indicador 43 de percepción se generó a través del análisis factorial que fue aplicado a las respuestas 22, 23 y 24 del cuestionario, mismas que analizan la Confianza en la administración gubernamental, la Facilidad de acceso a créditos y la Fiabilidad en la inversión del gobierno. Los indicadores 44 y 45 provienen del INEGI y están medidos en miles de pesos mexicanos, por su parte los indicadores 46, 47 y 48 se extrajeron del Congreso del estado, con los reportes emitidos por parte de la Comisión de Turismo y la Comisión de Cultura y Artes, están medidos en unidades.

La medida KMO en el SPSS arrojó un resultado aceptable de 0.677 y la prueba de Bartlett es inferior a 0.05, también es aceptable, es decir que el análisis factorial es adecuado para los datos.

**Tabla 49 Prueba KMO y Bartlett D8**

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.677
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	100.199
	gl	3
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Con la extracción de componentes usando el método de componentes principales se generó la tabla de la varianza total explicada, en esta dimensión el análisis señala que es 1 componente principal y en este caso dicho componente explica el 64.320% de la varianza total.

**Tabla 50 Varianza total explicada D8**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.930	64.320	64.320	1.930	64.320	64.320
2	.578	19.271	83.592			
3	.492	16.408	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Los valores producidos con el método Anderson Rubin se procesan en la etapa con los siguientes pasos:

1. Ponderación; 1 componente con 100% del valor en la puntuación.
2. Eliminación de datos negativos; elevando los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; queda el mismo valor anterior al multiplicarlo por el 100%.
4. Puntuación  $x$ ; se promedian los valores del mismo municipio.

El análisis factorial creó el indicador de percepción con los siguientes resultados; Pátzcuaro 1.07, Quiroga 0.90 y Tzintzuntzan 0.61, éstos se integran a la base de datos general.

**Tabla 51** Subíndice de competitividad D8

Dimensión 8	Priorización de viajes y turismo					
Etiqueta del indicador	PPVT	IPI	IPE	CC	CYC	ADTC
No. del indicador	43	44	45	46	47	48
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	1.07	24,111.09	76,282.00	2.00	2.00	1.00
Quiroga	0.90	5,701.41	22,414.00	1.00	-	2.00
Tzintzuntzan	0.61	2,667.53	15,059.00	2.00	1.00	1.00
suma de los valores ( $\sum a$ )	2.58	32,480.03	113,755.00	5.00	3.00	4.00
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a*100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	41.47	74.23	67.06	40.00	66.67	25.00
Quiroga	34.88	17.55	19.70	20.00	-	50.00
Tzintzuntzan	23.64	8.21	13.24	40.00	33.33	25.00
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea * PI) + \dots + (En * PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 8					
Pátzcuaro	52.41					
Quiroga	23.69					
Tzintzuntzan	23.90					

Fuente: Elaboración propia (2022).

La Priorización de viajes y turismo calificada en la dimensión 8 dio el siguiente subíndice:

1. Pátzcuaro (52.41)
2. Tzintzuntzan (23.90)
3. Quiroga (23.69)

En ésta dimensión se mide el papel del gobierno en la competitividad turística, Pátzcuaro fue el municipio más competitivo y por primera vez Tzintzuntzan quedó en el segundo lugar, si bien los ingresos que el gobierno tiene por impuestos y la inversión pública ejercida es bastante mayor en Pátzcuaro y esto dio a lugar su mejor posición en el subíndice, por otro lado el caso de los demás indicadores es diferente; el número de convenios de colaboración que el gobierno tiene con los municipios para preservar y mejorar el turismo son 2 en Pátzcuaro y Tzintzuntzan y Quiroga solo tiene 1, las

capacitaciones y certificaciones a negocios que imparte el gobierno son 2 en Pátzcuaro, 1 en Tzintzuntzan y ninguna en Quiroga, finalmente las acciones para el desarrollo turístico y cultural son 2 en Quiroga y 1 en Pátzcuaro y Tzintzuntzan.

#### 5.6.2 Dimensión 9 Seguridad y salud

El tema de seguridad y salud no representa actividades propias del turismo, sin embargo, el sector turístico se ve afectado cuando los índices de ésta índole son negativos, en México lamentablemente la inseguridad, la delincuencia y la falta de servicios médicos son un asunto recurrente, existen en el mundo algunos países que emiten informes sobre los lugares más peligrosos para vacacionar y evidentemente eso afecta la percepción de turistas, es importante medir los factores de esta dimensión y poder hacer propuestas con base en un diagnóstico real.

Los factores que determinan la competitividad en cuanto a seguridad y salud incluidos en el estudio son:

49. Percepción de la seguridad y salud PSS
50. Presuntos delitos registrados en las intervenciones de la policía municipal PDRIPM
51. Accidentes de Tránsito Terrestre en Zonas Urbanas y Suburbanas ATTZUS
52. Personal destinado a funciones de seguridad pública municipal PDFSPM
53. Clínicas, consultorios y hospitales públicos de atención médica CCHPAM
54. Personal médico en instituciones de salud públicas PMISP

El primer indicador de la dimensión surgió del análisis factorial, analizando las respuestas 25, 26 y 27 de los cuestionarios, que midieron la Percepción de la inseguridad, la Confianza en el sistema judicial y la Suficiencia de servicios médicos. El resto de los indicadores se sacaron del INEGI y se miden en unidades, es importante mencionar que los indicadores 50 y 51 son negativos para el índice, dado que un mayor número de ellos implica una peor condición en la dimensión, por lo tanto, se aplicaron los números inversos de cada uno en la base de datos.

En el análisis factorial la medida KMO resultó de 0.565 y la prueba de Bartlett es de 0.000 por lo cual ambas se consideran aceptables para seguir el procedimiento.

**Tabla 52** *Prueba KMO y Bartlett D9*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.565
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	30.893
	gl	3
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

La varianza total explicada, indica con las sumas de extracción de cargas al cuadrado que en esta dimensión también es un componente principal que explica la mayor cantidad de la varianza total, explicando el 49.614% de la misma.

**Tabla 53** *Varianza total explicada D9*

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.488	49.614	49.614	1.488	49.614	49.614
2	.869	28.954	78.568			
3	.643	21.432	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia en SPSS con base en la investigación (2022).

Las puntuaciones factoriales crearon nuevos valores que se procesan con los siguientes pasos de la primera etapa:

1. Ponderación; un componente con el 100% de ponderación.
2. Eliminación de datos negativos; elevando los nuevos valores al cuadrado.
3. Puntuación; quedan los mismos valores porque solo es 1 componente.
4. Puntuación  $x$ ; se promedian los valores del mismo municipio.

El análisis factorial creó el indicador de percepción en esta dimensión con los resultados; Pátzcuaro 1.14, Quiroga 0.71 y Tzintzuntzan 1.15, a continuación, estos valores se trasladan a la base de datos general.

**Tabla 54** Subíndice de competitividad D9

Dimensión 9	Seguridad y salud					
Etiqueta del indicador	PSS	PDRIPM	ATTZUS	PDFSPM	CCHPAM	PMISP
No. del indicador	49	50	51	52	53	54
<b>Base de datos</b>						
Municipio	Valor del indicador (a)					
Pátzcuaro	1.14	0.01	0.01	100.00	9.00	153.00
Quiroga	0.71	0.01	0.05	19.00	4.00	24.00
Tzintzuntzan	1.15	0.07	0.03	21.00	2.00	14.00
suma de los valores ( $\sum a$ )	3.00	0.09	0.08	140.00	15.00	191.00
<b>Paso 1. Adecuación: <math>Ea = (a \cdot 100) / \sum a</math></b>						
Municipio	Valor escalado del indicador (Ea)					
Pátzcuaro	38.00	16.20	10.82	71.43	60.00	80.10
Quiroga	23.67	8.22	58.95	13.57	26.67	12.57
Tzintzuntzan	38.33	75.59	30.23	15.00	13.33	7.33
<b>Paso 2. Ponderación: <math>PI = 100 / 6</math></b>						
	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%	16.67%
<b>Paso 3. Obtención: <math>S1 = (Ea \cdot PI) + \dots + (En \cdot PI)</math></b>						
Municipio	Subíndice de la dimensión 9					
Pátzcuaro	46.09					
Quiroga	23.94					
Tzintzuntzan	29.97					

Fuente: Elaboración propia (2022).

La última dimensión de Seguridad y salud dio el subíndice 9:

1. Pátzcuaro (46.09)
2. Tzintzuntzan (29.97)
3. Quiroga (23.94)

Por segunda ocasión Tzintzuntzan no quedó en el último lugar, además en la dimensión de seguridad y salud resultó con la mejor puntuación de todas las dimensiones, el subíndice mostró ese resultado debido a que Tzintzuntzan fue donde menos delitos se registraron y la diferencia porcentual fue tal que le ayudó bastante

siendo el indicador más representativo para incrementar su resultado, aunque si se registraron ahí más accidentes de tránsito que en Quiroga, fueron muchos menos que en Pátzcuaro, además, tiene más personal destinado a funciones de seguridad pública que Quiroga, en cuanto a clínicas, consultorios, hospitales y personal médico para atención pública si fue Pátzcuaro el que más unidades tiene y Tzintzuntzan el menor.

### 5.6.3 Índice de competitividad Variable D

Con los resultados de las dos dimensiones que conforman la variable D, se procede a realizar la media aritmética para la obtención del índice.

**Tabla 55** *Índice de competitividad variable D*

Municipio	Subíndice de la dimensión 8	Subíndice de la dimensión 9
Pátzcuaro	52.41	46.09
Quiroga	23.69	23.94
Tzintzuntzan	23.90	29.97
Variable D	Función Gubernamental	
Pátzcuaro	49.25	
Quiroga	23.81	
Tzintzuntzan	26.94	

Fuente: Elaboración propia (2022).

### 5.7 Índice de competitividad total

En este apartado se concentra el subíndice de competitividad elaborado para cada una de las dimensiones, así mismo el índice que éstos crearon para las variables correspondientes, el procedimiento para determinar el índice de competitividad total de cada municipio es la aplicación de la media aritmética de las 4 variables.

**Tabla 56** *Índice de competitividad total*

Municipio	Subíndice D1 Recursos naturales	Subíndice D2 Sostenibilidad del medio ambiente	Subíndice D3 Recursos culturales y de entretenimiento	Subíndice D4 Recursos humanos y mercado laboral	Subíndice D5 Recursos tecnológicos	Subíndice D6 Infraestructura de accesibilidad	Subíndice D7 Infraestructura del sector	Subíndice D8 Priorización de viajes y turismo	Subíndice D9 Seguridad y salud
Pátzcuaro	52.64	48.07	58.08	39.13	42.72	72.77	62.57	52.41	46.09
Quiroga	24.52	29.59	25.21	31.05	33.57	16.82	33.23	23.69	23.94
Tzintzuntzan	22.84	22.34	16.71	29.81	23.72	10.41	4.20	23.90	29.97
Municipio	Índice Variable A Recursos naturales y culturales			Índice Variable B Capital humano y tecnológico		Índice Variable C Infraestructura		Índice Variable D Función Gubernamental	
Pátzcuaro	52.93			40.92		67.67		49.25	
Quiroga	26.44			32.31		25.03		23.81	
Tzintzuntzan	20.63			26.77		7.31		26.94	
	Municipio	Índice de competitividad total							
	Pátzcuaro	52.69							
	Quiroga	26.90							
	Tzintzuntzan	20.41							

Fuente: Elaboración propia (2022).

Finalmente, el índice de competitividad total, obtenido de la media aritmética de las variables dio el resultado concluyente:

1. Pátzcuaro (52.69)
2. Quiroga (26.90)
3. Tzintzuntzan (20.41)

El resultado general indica que Pátzcuaro es el municipio más competitivo para el turismo con un nivel sobresaliente, teniendo más del 50% del índice total y Tzintzuntzan el menos competitivo obteniendo una quinta parte del índice.

## Conclusiones

Las conclusiones sobre las encuestas y los resultados finales a los que se llegó por medio de la investigación son:

- ✓ La frecuencia de las encuestas que se realizaron en cada municipio es en base a la muestra establecida con un nivel de confianza del 90% y un margen de error de 5.38% = 170 encuestas (106 en Pátzcuaro, 58 en Quiroga y 6 en Tzintzuntzan).
- ✓ Las frecuencias de las encuestas realizadas en cada tipo de establecimiento también se realizaron en base a la muestra (Alimentos 91, Artesanal 46, Cultural 1, Entretenimiento 9, Hospedaje 21 y Transporte 2).
- ✓ Para el sexo, la edad y los años de experiencia en el sector no se determinó una muestra específica al no tener los datos del universo de los mismos, de los encuestados; el 61.8% fueron mujeres, la mayoría fueron personas entre 18 y 35 años (36.5%) y el mayor porcentaje en años de experiencia lo tuvieron los de 1 a 10 años laborando en el sector con un 34.7% del total.
- ✓ Para las personas encuestadas en Pátzcuaro, los Recursos culturales y de entretenimiento son los más competitivos, sin embargo, en el índice generado es la Infraestructura de accesibilidad la dimensión que resultó más competente, esto debido principalmente a que, en comparación con los otros municipios, está mucho mejor dotado, por otra parte, las encuestas dicen que ellos consideran la mayor debilidad en la Priorización de viajes y turismo siendo que los que arrojaron su peor resultado son los Recursos humanos y mercado laboral. Y además se resalta que Pátzcuaro demostró ser más competitivo en todas las dimensiones.
- ✓ En las encuestas realizadas en Quiroga, fueron también los Recursos culturales y de entretenimiento los que consideran más competitivos las personas, pero en el índice fue la dimensión de Recursos tecnológicos en la que obtuvieron su más alto puntaje, en ninguna dimensión resultó este municipio como el más competitivo y en las dos dimensiones de la Función gubernamental (Priorización

de viajes y turismo y Seguridad y salud) fueron el menos competitivo, lo que si coincide con la percepción expresada en las encuestas.

- ✓ En Tzintzuntzan al igual que en los otros dos lugares, los Recursos culturales y de entretenimiento son los que consideran más competitivos los encuestados, aunque el índice generado mostró que es en Seguridad y salud donde lograron el subíndice más alto, además un hecho interesante es que aquí los encuestados creen que las dos dimensiones de la Función gubernamental son las menos competitivas de su municipio y contradictoriamente en el índice fueron estas dos las únicas en las que no quedó en último lugar.
- ✓ En la dimensión de Recursos humanos y mercado laboral, es donde se obtuvo el resultado que menos diferencia arrojó entre los tres municipios.
- ✓ La Infraestructura del sector fue la dimensión que más diferencia mostró en los resultados de los tres municipios.
- ✓ El hecho de que un municipio sea más grande en tamaño, no infiere que obtenga mejores resultados en el índice, ya que, al contener indicadores negativos, estos también afectan al municipio más grande, por lo que es objetiva la medición.

## Recomendaciones

Los resultados concluyentes pueden ser una herramienta útil, para los agentes involucrados en materia de turismo de la región estudiada, para lograr cuidar los aspectos más competentes con los que se cuenta y lograr mantenerlos o mejorarlos, y por otro lado poner especial atención en los factores más decaídos para impulsarlos y hacerlos crecer.

A continuación, se presentan algunas recomendaciones de los puntos mencionados en el párrafo anterior.

- ✓ En los tres municipios se tiene la percepción de que los Recursos culturales y de entretenimiento son los más competitivos, debido a que los habitantes están sumamente orgullosos de su riqueza cultural, sin embargo, en este sentido, lo más solicitado por los encuestados en general, es que se necesitan más lugares de entretenimiento que ofrezcan actividades divertidas para los turistas ya que hay muy pocas.
- ✓ En Pátzcuaro la Infraestructura de accesibilidad que resultó más competitiva se debe conservar, lo más necesario es mejorar los accesos viales del municipio, ya que en temporada alta suele suscitarse un tráfico excesivo para entrar y salir del mismo.
- ✓ En Quiroga los Recursos tecnológicos son la dimensión más competitiva, ya que es más alto el porcentaje de la población que cuenta con elementos suficientes para esto, la recomendación es que la gente debe hacer más uso de la tecnología con la que dispone ya que expresaron más resistencia al empleo de medios electrónicos, esto, aunque es un poco complicado, se puede lograr con la difusión de la fiabilidad y agilidad que ofrece esta práctica y llevar poco a poco a la comunidad a la aceptación de la modernidad.
- ✓ En Tzintzuntzan Seguridad y salud logró ser la dimensión más competitiva en puntuación, por ser el municipio con menos población y por ende tener menos problemas relacionados con la urbanización que repercuten en la competitividad, pero los encuestados tienen una percepción contraria, se

necesitan más servicios médicos ya que no son suficientes para ellos y se requiere que las acciones del gobierno sean más confiables ya que consideran que hay más prioridad en apoyar otros lugares, principalmente a Pátzcuaro, cuando muchas veces se informa que el apoyo es a la región en general y en realidad se consideran un municipio desatendido, creando descontento y desconfianza en dichas acciones.

- ✓ Los Recursos humanos y mercado laboral, que tienen menos diferencia de competitividad entre los tres municipios, nos indica que es una dimensión un tanto más equitativa, la mejora necesaria de acuerdo a los encuestados es que se requieren salarios más competitivos, un tema complicado ya que hay mucha fuerza laboral disponible y poca oferta de empleos, se requiere impulsar el emprendimiento y creación de empresas turísticas.
- ✓ En general para los tres municipios la percepción es que la dimensión de Priorización de viajes y turismo es la menos competente, manifestando que no hay facilidad de acceso a créditos ni difusión de los mismos para poder mejorar las empresas existentes o la creación de nuevas, también se necesita más confianza en la administración gubernamental ya que en realidad la población desconoce de las actividades e inversiones que el estado hace en el turismo, en términos simples, hace falta comunicación efectiva entre los gobernantes y el pueblo.
- ✓ En Pátzcuaro los Recursos humanos y mercado laboral dieron la competitividad más baja, donde se requiere mejorar la competitividad de los salarios y disminuir los conflictos de trabajo mediante la promoción de las buenas prácticas laborales y ofrecimiento de mediación legal pacífica.
- ✓ En Quiroga se requiere principalmente una mejora en la Priorización de viajes y turismo ya que fue la menos competitiva de las dimensiones, lo que se expresa en la primera recomendación de las debilidades.
- ✓ En Tzintzuntzan los encuestados consideran que las dos dimensiones de la Función gubernamental (Priorización de viajes y turismo y Seguridad y salud) son las menos competitivas, pero los subíndices que requieren más atención son los de infraestructura (Infraestructura de accesibilidad y la Infraestructura

del sector) se requiere principalmente mejorar las vialidades y aumentar los establecimientos que ofrecen servicios al turismo, fomentando y facilitando la creación de nuevas empresas para atraer turistas, mencionando que al ser la Infraestructura del sector la dimensión que más diferencia tiene entre los resultados de los tres municipios debe ser una prioridad este punto.

### **Futuras líneas de investigación**

Para empezar, el índice generado en la presente investigación puede servir como una base de datos que se puede actualizar periódicamente para restablecer las recomendaciones de acuerdo a las necesidades que vayan cambiando. Así mismo se puede crear un informe del mismo, con fines de consulta para las autoridades gubernamentales y para los interesados que sea difundido en el sector.

Para aportar una visión distinta de la región como un todo y tener algunas otras recomendaciones, se puede realizar un análisis comparativo de la región lacustre con otra región similar como Valle de Bravo o San Miguel de Allende, por ejemplo, para poder implementar acciones que han funcionado en otros sitios y conseguir ser más competitivos.

Otro enfoque interesante que se podría estudiar, sería determinar la capacidad de la región para desarrollar y potencializar el turismo alternativo: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural, para crear diferentes opciones de crecimiento.

De los municipios estudiados, cabe la posibilidad de que un análisis comparativo entre ellos, desde algún indicador específico, aporte una disyuntiva que indique la probabilidad de mejorar la competitividad al aumentar un factor, por ejemplo la declaración de pueblo mágico con la que no cuenta Quiroga o el énfasis de que tampoco está incluida la ciudad como tal en la ruta Don Vasco (solo está el poblado de Santa Fe de la Laguna, que pertenece al mismo municipio), esto podría dar un resultado concluyente que sustente el hecho de que Tzintzuntzan a pesar de tener ambos, en este estudio fue el menos competitivo.

Una forma distinta de estudiar la competitividad de la región lacustre puede ser desde el análisis de la cadena de valor, con la cual se pueden crear acciones preventivas que protejan el sector turístico ante amenazas o imprevistos que se han vivido como la pandemia de Covid-19 que causó estragos enormes en esta actividad.

## BIBLIOGRAFÍA

- acciona. (2021). *¿Qué es la sostenibilidad?* Obtenido de Sostenibilidad para todos:  
[https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/que-es-la-sostenibilidad/?\\_adin=02021864894](https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/que-es-la-sostenibilidad/?_adin=02021864894)
- Appleyard, D., & Field, A. (2003). *Economía Internacional* (Cuarta ed.). Mc Graw Hill.
- Arias, E. (2021). *Análisis factorial*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/analisis-factorial.html>
- Barney, J. (1991). Recursos firmes y ventaja competitiva sostenida. *Journal of Management*(1), 99-120.
- Barroso, M. d., & Flores, D. (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. *Cuadernos de Turismo*(17), 7-24. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801701>
- Benavides, S., Muñoz, J., & Parada, A. (2004). El enfoque de la competitividad sistémica como estrategia para el mejoramiento del entorno empresarial. *Economía y sociedad*(24), 119-139.
- BM. (2022). *México: panorama general*. Obtenido de Banco Mundial:  
<https://www.bancomundial.org/es/country/mexico/overview#1>
- Carrion , M. (2016). *Teoría general de sistemas*. Obtenido de slideshare:  
<https://es.slideshare.net/JuanManuelCarrionD/teora-general-de-sistemas-tgs-1>
- Ceballos, A. (2019). *¿Qué es comercio internacional?* Obtenido de Comercio y Aduanas:  
<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/>
- CEU. (2022). *Glosario de Términos de Turismo*. Obtenido de Club de Empresas de Uruguay: <https://www.clubdeempresasdeluruguay.com/glosario-de-términos-de-turismo>
- Chávez, C. (2001). *Cómo crear, ganar y dominar los mercados. El marketing según Kotler*. Obtenido de [https://www.istmo.mx/2001/03/01/como\\_crear\\_ganar\\_y\\_dominar\\_los\\_mercados\\_el\\_marketing\\_segun\\_kotler/](https://www.istmo.mx/2001/03/01/como_crear_ganar_y_dominar_los_mercados_el_marketing_segun_kotler/)

- Cuesta, I. (2022). *Inverso de un número*. Obtenido de calculadoraconvertor:  
<https://www.calculadoraconvertor.com/inverso-de-un-numero/#content>
- Fong, C. (2005). *La teoría de recursos y capacidades: fundamentos microeconómicos*. Ediciones de la Noche. doi:10.13140/2.1.2817.8722
- Fornalczyk, A. (2011). Protección de la competencia y recomendaciones estratégicas de Philip Kotler. *Center for Antitrust and Regulatory Studies*(38520). Obtenido de <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/38520/>
- Garcés, Y., Sarmiento, Y., & Paneca, Y. (2018). La competitividad turística: su medición y factores determinantes. (U. d. Holguín, Ed.) *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html//hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1806competitividad-turistica>
- García Alcaráz, F., Alfaro Espín, A., Hernández Martínez, A., & Molina Alarcón, M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 1(5), 232-236. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1696/169617616006.pdf>
- García de León, G. (2018). El concepto de competitividad sistémica. *Revista Universidad de Sonora*, 29-31. Obtenido de <http://www.revistauniversidad.uson.mx/revistas/25-8.pdf>
- Hernández, L. (2016). *ANDARTE*. Obtenido de Clasificación y Tipos de Patrimonio Cultural: <https://www.andartearte.com/clasificacion-tipos-patrimonio-cultural/>
- IBM. (2021). *SPSS Statistics*. Obtenido de IBM: <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics>
- INAFED. (2018). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. Obtenido de Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM16michoacan/municipios/16066a.html>
- INEGI. (2020). *Censo Económico 2019*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>

- INEGI. (2020). *Resumen. Michoacán de Ocampo*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/>
- INEGI. (2022). *Censo de Población y Vivienda 2020*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía : <https://censo2020.mx/actualizacion-de-los-sistemas-de-consulta.html>
- INEGI. (2022). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue>
- Juntos. (2022). *¿Conoces sobre el turismo inclusivo?* Obtenido de <https://www.juntos.org.mx/2022/02/conoces-sobre-el-turismo-inclusivo/>
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A dangerous obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28-44. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/254400325\\_Competitividad\\_una\\_peli\\_grosa\\_obsesion](https://www.researchgate.net/publication/254400325_Competitividad_una_peli_grosa_obsesion)
- Lee, J., & Karpova, E. (2018). Revisiting the competitiveness theory in the new global environment: review and analysis of the competitiveness definition. *Revista Internacional de Competitividad*, 1(3). doi:10.1504/IJC.2018.10012626
- Llauradó, O. (2014). *netquest.com*. Obtenido de La escala de Likert: qué es y cómo utilizarla: <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
- López, J. (2017). *Modelo Ricardiano*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-ricardiano.html>
- Méndez Martínez, C., & Rondón Sepúlveda, M. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41(1), 197-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/806/80624093014.pdf>
- Mercado Vargas, H., & Palmerín Cerna, M. (2012). *El estado de Michoacán y sus regiones turísticas*. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1230/index.htm>
- Ministerio de Cultura Perú. (2022). *Lista del Patrimonio Mundial*. Obtenido de Sitios del Patrimonio Mundial del Perú: <https://patrimoniomundial.cultura.pe>

- Morales, F. (2020). *País en desarrollo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/pais-en-desarrollo.html>
- Municipios de México. (2021). *Pátzcuaro*. Obtenido de Municipios de México: <https://www.los-municipios.mx/municipio-patzcuaro.html>
- Municipios de México. (2021). *Quiroga*. Obtenido de Municipios de México: <https://www.los-municipios.mx/municipio-quiroga.html>
- Municipios de México. (2021). *Tzintzuntzan*. Obtenido de Municipios de México: <https://www.los-municipios.mx/municipio-tzintzuntzan.html>
- Navarro, L. (2014). *Epistemología y Metodología*. (978-607-438-864-0), *Primera edición ebook*. Grupo Editorial Patria.
- Navarro, L., & Zamora, I. (2013). *Competitividad municipal del turismo en Michoacán* (primera ed.). Editorial Morevalladolid.
- OMT. (2008). *Glosario de Términos de Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (2020). *Panorama del turismo internacional, edición 2019*. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284421237>.
- Panosso Netto, A. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. (primera ed.). Editorial Trillas.
- Pátzcuaro.com. (2013). *Portal Turístico de la Ciudad de Pátzcuaro y sus alrededores*. Obtenido de Atractivos de Pátzcuaro: <http://www.patzcuaro.com/attractivos/index.html>
- Porter, M. (2008). *Clusters, Innovation, and Competitiveness: New Findings and Implications for Policy*. . *Institute for Strategy and Competitiveness. Harvard Business School*.
- Ricardo, D. (2003). *Principios de economía política y tributación*. (P. De la Nuez, & C. Rodríguez, Trads.) Pirámide.
- Ritchie, B., & Crouch, G. (2004). *The competitive destination. A sustainable tourism perspective*. CABI. doi:10.1079 / 9780851996646.0000
- Roldán, P. (2016). *Competitividad*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

- Roldán, P. (2018). *Desarrollo económico*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo.html>
- Román, Y., León, A., & García, M. (2021). Análisis de variables predictores del índice de competitividad en los destinos turísticos de América Central y el Caribe. *Instituto de Información Científica y Tecnológica*, 22(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869233001/637869233001.pdf>
- Salazar, D. (2014). *Fase Paradigmática - Neil Leiper*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/xg8t9tsgnxjs/fase-paradigmatica-neil-leiper/>
- Salinas de Gortari, C. (1992). Discurso sobre el TLCAN.
- Sánchez, J. (2015). *Crecimiento económico*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-economico.html>
- SE. (2022). *DataMéxico*. Obtenido de Secretaría de Economía: <https://datamexico.org>
- SECTUR. (2002). *Turismo alternativo*. Obtenido de Una nueva forma de hacer turismo: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/006145.pdf>
- SECTUR. (2019). *Pátzcuaro, Michoacán*. Obtenido de Secretaría de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur/es/articulos/patzcuaro-michoacan-211530>
- SECTUR. (2020). *El PIB Turístico Estatal y Municipal 2018-2019 en México*. Obtenido de Secretaría de Turismo: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/PibTuristicoEstatalMunicipal.aspx>
- SECTUR. (2020). *PERFITUR*. Obtenido de Resultados Semana Santa y Pascua 2019: <https://sectur.michoacan.gob.mx/wp-content/uploads/2020/01/SEMANA-SANTA-2019-MICHOACAN.pdf>
- SECTUR. (2020). *PERFITUR*. Obtenido de Resultados Verano 2019: <https://sectur.michoacan.gob.mx/wp-content/uploads/2020/01/VERANO-2019-MICHOACAN.pdf>
- SECTUR. (2020). *PERFITUR*. Obtenido de Resultados Noche de Muertos 2019: <https://sectur.michoacan.gob.mx/wp-content/uploads/2020/01/NOCHE-DE-MUERTOS-2019-MICHOACAN.pdf>
- SECTUR. (2020). *Pueblos Mágicos de México*. Obtenido de Secretaría de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>

- SECTUR. (2021). *Compendio Estadístico del Turismo en México 2020*. Obtenido de Secretaría de Turismo: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>
- SECTUR. (2022). *Quiroga*. Obtenido de Michoacán el alma de México: <https://visitmichoacan.com.mx/regiones/region-morelia/quiroga/>
- SECTUR. (2022). *Región Pátzcuaro*. Obtenido de Michoacán el alma de México: <https://visitmichoacan.com.mx/category/regiones/region-patzcuaro/>
- SECTUR. (2022). *Ruta Don Vasco*. Obtenido de Secretaría de Turismo: <https://michoacan.travel/wp-content/uploads/2022/05/Ruta-Don-Vasco.pdf>
- SEDATU. (2013). *Metodología de la regionalización funcional de México*. Obtenido de Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54214/Metodolog\\_a\\_versi\\_n\\_23\\_10\\_15A.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54214/Metodolog_a_versi_n_23_10_15A.pdf)
- Sevilla, A. (2016). *Productividad*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad, XXXI(2)*, 179-198. Recuperado el 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- UNESCO. (2021). *UNESCO*. Obtenido de Patrimonio Mundial: <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-mundial>
- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico. subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Obtenido de Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico.
- Weather Spark. (2022). *El clima y el tiempo promedio en todo el año*. Obtenido de Weather Spark: <https://es.weatherspark.com>
- WEF. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Obtenido de [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)
- Wennekers, S., van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2010). The relation between entrepreneurship and economic development: is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship, 6(3)*, 167-237. doi:10.1561 / 0300000023

WTTC. (2019). *¿Cómo se comparan los viajes y el turismo con otros sectores?*  
Obtenido de World Travel & Tourism Council: <https://wttc.org/>

Zúñiga, F. (2019). Espacio turístico y turismo cultural a través de la ruta Don Vasco en Michoacán, México. *Revista Geográfica de América Central*, 2(63). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=451760313003>

## ANEXOS

## ANEXO 1. Matriz de congruencia de la investigación

Tabla 57 Matriz de congruencia

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LA REGIÓN LACUSTRE DE MICHOACÁN. PROPUESTA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS INTERNACIONALES.					
PREGUNTAS		OBJETIVOS		HIPÓTESIS	
General		General		General	
¿Cuáles son los factores determinantes en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales?		Precisar los factores que establecen el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.		La competitividad turística de la región lacustre de Michoacán está determinada por los recursos naturales y culturales, el capital humano y tecnológico, la infraestructura y la función gubernamental para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.	
Específicas		Específicos		Específicas	
¿En qué medida influyen los recursos naturales y culturales en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales?	¿En qué medida influyen el capital humano y tecnológico en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales?	Determinar el impacto que los recursos naturales y culturales tienen en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.	Determinar el impacto que el capital humano y tecnológico tienen en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.	Existe un impacto positivo de los recursos naturales y culturales en la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.	Existe un impacto positivo del capital humano y tecnológico en la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.
¿En qué medida influye la infraestructura en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales?	¿En qué medida influye la función gubernamental en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales?	Determinar el impacto que la infraestructura tiene en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.	Determinar el impacto que la función gubernamental tiene en el nivel de competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.	Existe un impacto positivo de la infraestructura en la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.	Existe un impacto positivo de la función gubernamental en la competitividad turística de la región lacustre de Michoacán para poder incrementar la afluencia de turistas internacionales.

Fuente: Elaboración propia (2022).

## ANEXO 2. Padrón de establecimientos

Tabla 58 Establecimientos de hospedaje Pátzcuaro

1	BESTWESTERN HOTEL POSADA DE DON VASCO	38	HOTEL POSADA DE LAS ROSAS
2	CABAÑAS CHALAMU	39	HOTEL POSADA EL FUERTE SAN MIGUEL
3	ECO HOTEL IXHI	40	HOTEL POSADA JANITZIO
4	ESTACIONAMIENTO Y HOTEL PLAZA	41	HOTEL POSADA LA TERRAZA
5	ESTANCIA DE LA ERA	42	HOTEL POSADA LOS ÁNGELES
6	GRAN HOTEL	43	HOTEL POSADA SAN AGUSTIN
7	HOSTERIA DE SAN FELIPE SA DE CV	44	HOTEL POSADA SAN ALEJANDRO
8	HOTEL BOUTIQUE CASA LEAL	45	HOTEL POSADA SAN PABLO
9	HOTEL CAMPANARIO DE SAN JUAN	46	HOTEL POSADA SAN RAFAEL
10	HOTEL CASA DEL NARANJO	47	HOTEL POSADA SANTA ELENA
11	HOTEL CASA DEL REFUGIO	48	HOTEL PUEBLO MAGICO
12	HOTEL CASA ENCANTADA	49	HOTEL REAL DE PÁTZCUARO
13	HOTEL CASA REAL DE LA ADUANA	50	HOTEL REFUGIO DEL ÁNGEL
14	HOTEL CONCORDIA	51	HOTEL RINCÓN DE JOSEFA
15	HOTEL EL ARTILLERO	52	HOTEL RINCÓN DEL LAGO
16	HOTEL ENCINO	53	HOTEL SAN FER
17	HOTEL ESPEJO	54	HOTEL SAN GABRIEL
18	HOTEL ESTRELLA	55	HOTEL UTOPIA
19	HOTEL EXCELENCIA	56	HOTEL VALMEN
20	HOTEL LA PARROQUIA	57	HOTEL VILLAS SAN MIGUEL
21	HOTEL LAGO	58	HOTEL Y RESTAURANT POSADA LOS NOGALES
22	HOTEL LAS REDES	59	LA CASITA DE ROSI
23	HOTEL LOS ESCUDOS	60	LA POSADITA
24	HOTEL MANSION DE LOS SUEÑOS	61	POSADA YOLIHUANI
25	HOTEL MANSIÓN ITURBE	62	VILLA PATZCUARO JARDEN HOTEL & RV PARK
26	HOTEL MINTZITA	63	HOTEL MESON DE SAN ANTONIO
27	HOTEL MIRADOR DEL LAGO	64	HOTEL POSADA DE LA SALUD
28	HOTEL MIRADOR DEL LAGO	65	PENSION O CASA DE HUESPEDES SIN NOMBRE
29	HOTEL MISION PATZCUARO	66	CABAÑAS
30	HOTEL MISIÓN SAN MANUEL	67	CORAZON HOSTAL BUTIQUE
31	HOTEL PÁTZCUARO	68	DESARROLLO TURISTICO LAS GARSAS
32	HOTEL PEDREGAL DE SAN LUIS	69	DESARROLLO ECO TURISTICO APUPATO
33	HOTEL PORTÓN DEL CIELO	70	HOSTAL SIN NOMBRE
34	HOTEL POSADA AHUMADA	71	HOSTAL VILLA VICTORIA
35	HOTEL POSADA BASILICA	72	HOTEL Y CABAÑAS MANSIÓN DEL VIRREY
36	HOTEL POSADA CAMELINAS	73	RENTA DE CABAÑAS
37	HOTEL POSADA DE LA ROSA	74	RENTA DE CABAÑAS - MONARCA

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 59** *Establecimientos de hospedaje Quiroga*

1	HOTEL CAMPO TURISTICO CHUPICUARO	7	HOTEL TORRES
2	HOTEL FIESTA PUREPECHA	8	ROYAL IMPERIO
3	HOTEL MADRIGAL	9	HOSTAL ECHERI
4	HOTEL QUIROGA	10	HOSTAL IURIXEO
5	HOTEL TARASCO	11	HOSTAL PUREPECHA
6	HOTEL TARASCO	12	HOSTAL TZIPEKUA

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 60** *Establecimientos de hospedaje Tzintzuntzan*

1	HOTEL LAGO SOL	4	LA POSADA SALVADOR SIN NOMBRE
2	HOTEL LAGO SOL	5	POSADA TZINTZUNTZAN
3	HOTEL LOS ALCATRACES	6	POSADAS LOS OLIVOS

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 61** *Establecimientos de alimentos y bebidas Pátzcuaro*

1	ALMUERZOS Y COMIDAS LA CHEF DE LA CUADRA	26	COCINA TRADICIONAL PUREPECHA EL HIJO DEL LAGO
2	ANTOJITOS KAREN	27	COMEDOR DE QUESADILLAS EBENEZER
3	AUTENTICAS CARNITAS VASCO DE QUIROGA	28	COMIDA ECONOMICA EL BUEN ZAZON
4	BIRRIERIA DON PRISCI	29	EL COMEDOR DE LORE Y CHECO
5	BORREGO A LA PENCA	30	EL FRESNO
6	BORREGO REY PATZCUARO	31	EL GÜERO TAQUERÍA
7	CAFETERIA RESTAURANT BAR THE SHELTER	32	EL MIRADOR RESTAURANTE
8	CARNITAS DON NACHO	33	EL TACO VEN
9	CARNITAS EL AGUILA DORADA	34	EL TRAGADON
10	CARNITAS EL AMO	35	FONDA DOÑA CRUZ
11	CARNITAS EL BEBE	36	FONDA DOÑA ESPERANZA
12	CARNITAS EL CAPI	37	FONDA LA AMIGA
13	CARNITAS EL NANO	38	GORDITAS ELY
14	CARNITAS LA ESCONDIDA	39	GORDITAS Y QUESADILLAS MARY CHUY
15	CARNITAS LA ESPERANZA	40	LA CASA B & B
16	CARNITAS LAS PLAZAS	41	LA CASA DE LA ABUELA
17	CARNITAS MAYCOL	42	LA ESQUINA
18	CARNITAS RIVERA	43	LA SURTIDORA RESTAURANT BAR MEZCALERIA
19	CARNITAS Y CHICHARRON JUANITO	44	LA SURTIDORA RESTAURANTE BAR CAFE
20	CARNITAS YOLA	45	LINDO MICHOACAN
21	CENADURIA LU	46	LONCHECITOS LA ESTACION
22	CENADURIA LULU	47	LONCHERIA AGUILAR
23	CENADURIA TERE	48	LONCHERIA CAFE PATZCUARO
24	COCINA ECONOMICA EL CAMINITO	49	LONCHERIA EL TIBURÓN
25	COCINA ECONOMICA LOS ALCATRACES	50	LONCHERIA FANY LU

51	LONCHERIA LA CHATA	101	RESTAURANTE EL MIRADOR
52	LONCHERIA ROMAGUI	102	RESTAURANTE EL PATIO
53	LONCHERIA SAM	103	RESTAURANTE EL RINCON
54	LONCHERIA VEROS	104	RESTAURANTE EL TARASCO
55	LONCHERIA Y TAQUERIA LUCY	105	RESTAURANTE ERANDENI
56	LOS TACOS DE DON RAMON	106	RESTAURANTE ERANDI
57	MARISCOS DEL CENTRO	107	RESTAURANTE ERANDI
58	MARISCOS DON PRISI	108	RESTAURANTE ERENDIRA
59	MARISCOS DOS OCEANOS	109	RESTAURANTE FIESTA DEL SOL
60	MARISCOS EL GUERO	110	RESTAURANTE FONDA MIRADOR
61	MARISCOS EL GUERO	111	RESTAURANTE GARDENIAS
62	MARISCOS JARDIN VICTORIA	112	RESTAURANTE HOGAREÑO
63	MARISCOS LOS PINOS	113	RESTAURANTE HUARURI
64	MARISCOS SOBRE RUEDAS CHEMA	114	RESTAURANTE JANIKUA
65	MARISCOS TOÑITO	115	RESTAURANTE JANINTZERAN
66	MENUADERIA DON JUANITO	116	RESTAURANTE JANITZIO
67	MENUADERIA DOÑA ESPERANZA	117	RESTAURANTE JANITZIO
68	MENUADERIA DOS MUNDOS	118	RESTAURANTE JANITZIO
69	MENUADERIA LICHA	119	RESTAURANTE JAPHONDA
70	MENUADERIA LICHA	120	RESTAURANTE JAPONDA
71	MENUADERIA MAY	121	RESTAURANTE KARAMAKUA
72	MENUADERIA TARIACURI	122	RESTAURANTE LA CARRETA
73	MENUADERIA VASCO DE QUIROGA	123	RESTAURANTE LA FONDA
74	QUESADILLAS MONSE	124	RESTAURANTE LA FORTALEZA
75	QUEZADILLAS JOVITA	125	RESTAURANTE LA GRANJA
76	RESTAURAN ASADA EL CARBONCITO	126	RESTAURANTE LA TROJE
77	RESTAURAN LA TRADICION	127	RESTAURANTE LAS CAMELINAS
78	RESTAURANT BIGOLI	128	RESTAURANTE LAS GARZAS
79	RESTAURANT DE COMIDA CHINA Y MEXICANA TIAN MEI	129	RESTAURANTE LIMONE
80	RESTAURANT DE MARISCOS TOÑO	130	RESTAURANTE LOS DELFINES
81	RESTAURANT DON RAFA	131	RESTAURANTE LOS PORTALES
82	RESTAURANT ICHUSKUTA	132	RESTAURANTE LOS SAUCES
83	RESTAURANT JAPHONDA	133	RESTAURANTE LUPITA
84	RESTAURANT LA BUENA TIERRA	134	RESTAURANTE LUPITA
85	RESTAURANT LAS TARASCAS	135	RESTAURANTE MARIA BONITA
86	RESTAURANT MARISCOS LA GUERA	136	RESTAURANTE ME SANTO HUACAL
87	RESTAURANT MARISCOS LA MAREA	137	RESTAURANTE MI JACALITO
88	RESTAURANT MONARCA	138	RESTAURANTE MINTZICURI
89	RESTAURANT OMECUA ISLA PEQUEÑA	139	RESTAURANTE MINTZITA
90	RESTAURANT PINDEKUA	140	RESTAURANTE MONSE
91	RESTAURANT TZITZIK URAPITI	141	RESTAURANTE NIDURI MOKI SUCHI
92	RESTAURANT VISTA DEL REY	142	RESTAURANTE PAPAGUETTS
93	RESTAURANT XANICHA	143	RESTAURANTE PESCADOR
94	RESTAURANTE ALCACHOFA	144	RESTAURANTE RINCON DEL LAGO
95	RESTAURANTE CAMINO REAL	145	RESTAURANTE ROSITA
96	RESTAURANTE DON CHEMA	146	RESTAURANTE SAN MIGUEL
97	RESTAURANTE EL ASADERO	147	RESTAURANTE SAPICHU
98	RESTAURANTE EL MANDIL	148	RESTAURANTE TZITZIK URAPITI
99	RESTAURANTE EL MARINO	149	RESTAURANTE TZITZIKI
100	RESTAURANTE EL MIRADOR	150	RESTAURANTE TZITZIKI PANDACURI

151	RESTAURANTE VIOLETA	196	VENTA DE COMIDA CHINA CHINA EXPRES
152	RESTAURANTE XUPAKATA	197	VENTA DE COMIDA CHINA LA ESTACIÓN
153	RESTAURANTE XUPAKATA ARCOIRIS	198	VENTA DE COMIDA EL MEJORN SAZON
154	RESTAURANTE Y ARTESANÍAS EL PATIO	199	VENTA DE COMIDA LA FONDITA
155	RESTAURANTE Y MARISCOS EL GUERO	200	VENTA DE TACOS EL TACO VEN
156	RESTAURANTE YUNUEN	201	VENTA DE TORTAS Y LICUADOS LONCHERIA DON TOÑO
157	RESTAURAT CASA KEY	202	VISTRO CAFE MERAKI
158	SUPER TORTAS GABY	203	YAHIKO ROLLS BARRA DE SUSHI COMIDA JAPONESA
159	SUPER TORTAS PATZCUARO	204	CAFE DEL GIGANTE
160	SUPER TORTAS PATZCUARO	205	CAFE EL BALCON TAPIADO
161	TACOS DE AZADA EL LIBRA	206	CAFETERIA CASTILLO
162	TACOS DE DON TOMAS	207	CAFETERIA CHIOS
163	TACOS DON VIC	208	CAFETERIA DEL TERCER PATIO
164	TACOS NACHO	209	CAFETERIA DOS VEINTIDOS
165	TAQUERIA AGUS	210	CAFETERIA EL TRANMBIA
166	TAQUERIA DELICIA	211	CAFETERIA HYGEIA
167	TAQUERIA DOÑA ZENA	212	CAFETERIA IMPERIL
168	TAQUERIA EL CHVO	213	CAFETERIA JIMAGUA
169	TAQUERIA EL CUÑADITO	214	CAFETERIA LA MANO GRAFICA
170	TAQUERIA EL MOSTACHO	215	CAFETERIA LA TERRAZA
171	TAQUERIA EL PARIAN	216	CAFETERIA LORETA
172	TAQUERIA EL POLLO	217	CAFETERIA SAN DIEGO
173	TAQUERIA EL ROLAS	218	CAFETERÍA Y LONCHERÍA EL CHUY
174	TAQUERIA EL TACO GORDO	219	CHOCOLATE DON JENARO
175	TAQUERIA EL TATA TACO	220	CIELITO LINDO CAFE-BAR
176	TAQUERIA EL TORO	221	FUENTE DE SODAS LUKISRU
177	TAQUERIA EL VOLCAN	222	FUENTE DE SODAS PROBADITA DE CIELO
178	TAQUERIA EQUIHUA	223	GRAN CALABERA
179	TAQUERIA LOS RODRIGUEZ	224	HAMBUGUESAS EL CANADIENSE
180	TAQUERIA MADRIGAL	225	JUGOS CARMELITA
181	TAQUERIA MU	226	LA CARROZA CREPAS Y CHURROS RELLENOS
182	TAQUERIA PURI	227	LILIAN S COFFEES
183	TAQUERÍA SANTA CRUZ	228	LONCHERIA Y CAFETERIA YATZIRI
184	TAQUERIA TACO TRIFASICO	229	NEVERÍA ERENDIRA
185	TAQUERÍA TIO PEREZ	230	PALETERIA LA MICHOACANA
186	TIENDA DE JARROS LOCOS Y RESTAURANT TZIPEKUA	231	PASAJE BOCANEGRA
187	TIENDITA VERDE	232	RESTAURANT CAFE BAR EL RINCON DE FRIDA
188	TORTAS AHOGADAS EL FRESNO	233	RESTAURANT Y CAFETERIA E LBUHO
189	TORTAS DOÑA PERA	234	RESTAURANT Y CAFETERIA EL TORITO
190	TORTAS Y REFRESCOS LA PEQUEÑA LULU	235	RESTAURANT Y CAFETERIA MEDIA LUNA
191	TORTERIA Y CAFETERÍA EL POLLITO	236	SANTO MILAGRO CAFE
192	VENTA DE CARNE ASADA GABO S GRILL	237	TRANVIA CAFE
193	VENTA DE CARNITAS EL CAPY	238	VENTA DE JUGOS MEDIA NARANJA
194	VENTA DE CENA HERMELINDA	239	VENTA DE JUGOS WICHO
195	VENTA DE CENA NORMA	240	VENTA DE LUGOS Y LUACUADOS EL CERRITO

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 62** *Establecimientos de alimentos y bebidas Quiroga*

1	ABARROTESTES Y TAQUERIA LOS MOLCAJETES	43	QUESADILLAS MAMA TERE
2	ANTOJITOS ANA	44	QUESADILLAS TERE
3	CAFE PIZZERIA MAU	45	RESTAURANT BAR EL ZAUZ
4	CARNITAS CARMELO	46	RESTAURANT-BAR EL REY DE LAS CARNITAS
5	CARNITAS DE QUIROGA CAZAREZ	47	RESTAURANTE ATZIMBA
6	CARNITAS OLIVO	48	RESTAURANTE EL MIRADOR
7	CENADURIA CHELO	49	RESTAURANTE DE BARBACOA DE BORREGO EL CHARRO
8	CENADURIA ELENA	50	ROSTICERIA CHAHUIPA
9	CHARROS PIZZA	51	ROSTICERIA MI POLLO
10	EL BARRIO TACOS, TORTAS AHOGADAS Y ALGO MAS	52	ROSTICERIA Y POLLOS CHAHUIPA
11	EL PORTAL	53	ROSTY CRUJI
12	EL SAZON DEL TAL IVAN	54	SUPER TORTAS QUIROGA
13	FONDA TZIRATE	55	SUPER TORTAS QUIROGA II
14	LA CASA DEL POLLO	56	TACOS CESAR
15	LA PLAZA	57	TACOS EL CHINO
16	LA TORTA GIGANTE	58	TACOS LA COYOTA
17	LA VAQUITA FELIZ	59	TACOS MICHOACANOS QUIROGA
18	LONCHERIA ARELI	60	TAQUERIA CECI
19	LONCHERIA CHELO	61	TAQUERIA EL CARTERO
20	LONCHERIA FARIAS	62	TAQUERIA EL PASTORCITO
21	LONCHERIA HERNANDEZ	63	TAQUERIA JUANITO
22	LONCHERIA LUPILLO	64	TAQUERIA LA ESCONDIDA
23	LONCHERIA MARY	65	TORTAS EL PASILLITO
24	LONCHERIA MARY	66	TORTAS SILVIA
25	LOS AHOGADILLOS	67	TORTAS WENDY S
26	MARCOS PIZZA	68	TORTAS Y TACOS MARTITA
27	MARISCOS GEÑO	69	TORTERIA MARU
28	MARISCOS LA MARINERA	70	TOSTADAS CANO
29	MARISCOS TETO S	71	TOSTADAS CHOCHITO
30	MARISCOS Y MICHELADAS LA BAGA	72	VENTA DE CARNITAS OLIVO
31	OSTIONERIA LA SIRENA	73	VENTA DE CENA LORENA
32	OSTIONERIA LA SIRENA 1	74	YOZZ PIZZA
33	PIZZAS ESPECIALES	75	CAFE TRADICIONAL DE URUAPAN
34	PIZZAS RULAS	76	CAFE VANESSA
35	PIZZERIA FUENTES	77	CAFETERIA LA CHAVALA
36	PIZZERIA LA PREPA	78	CAFETERIA ÑAM
37	POLLOS AL PASTOR DON ALFREDO	79	CREPAS DON VASCO
38	POZOLE DOÑA CARLOTA	80	CREPAS MAU
39	QUESADILLAS CARMELITA	81	HELADOS CERVANTES
40	QUESADILLAS CECI	82	HOLI
41	QUESADILLAS GLORIA	83	LA CHARLA
42	QUESADILLAS JUANITA	84	THE COFFEE SHOP

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 63** *Establecimientos de alimentos y bebidas Tzintzuntzan*

1	EL REY DEL POLLO	9	RESTAURANTE CHARI KUMANCHIKUA
2	GORDITAS Y TOSTADAS DE NATA NANACE	10	RESTAURANTE DOÑA ELVIS
3	LONCHERIA PEPITO	11	RESTAURANTE LA CASA
4	MARISCOS EL CHECO	12	RESTAURANTE LOS MANJARES DE TANGANXOAN
5	MARISQUERIA LAS DELICIAS DEL PACIFICO	13	ROSTICERIA EL ANGEL
6	PIZZAS EL COYOTE	14	VENTA DE TACOS NACHO
7	POLLOS AZADOS DANY	15	VENTA DE TACOS TOÑO
8	RESTAURANT LA HUATAPERA	16	CAFETERIA COLIBRI

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 64** *Establecimientos de entretenimiento Pátzcuaro*

1	BAR EL REMEDIO	10	MEZCALERIA EL CARAJO
2	BAR EL TENAMPA	11	MEZCALERIA GIRBOS
3	BAR LA CABAÑA DEL 87	12	MICHECHELADAS LOS PACOS
4	BAR LA CUESTA	13	MICHELADAS DE THE ONE
5	BAR LA MALQUERIDA	14	MICHELADAS EL LOCO
6	BAR LAS JUANAS	15	RESTAURANT BAR EL CUERVO ERRANTE
7	BAR LUCY	16	TIENDA DE ARTESANIAS Y BEBIDAS LA CABAÑITA
8	EL RINCON DE LAS MICHELADAS	17	VIDEO BAR EL CAMPANARIO
9	EL VERVO	18	DISCO BAR RUMBITA

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 65** *Establecimientos de entretenimiento Quiroga*

1	ALALALONG BAR	4	TSITSIKI
2	LA CUARTA ESQUINA	5	WINGOS BAR AND GRILL
3	THE BIG SIX	6	BALNEARIO SAN JOSE

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 66** *Establecimientos culturales Pátzcuaro*

1	CENTRO DE INTERPRETACION DE LA RUTA DON VASCO
2	MUSEO A JOSÉ MARÍA MORELOS Y PAVON
3	MUSEO DE ARTES E INDUSTRIAS POPULARES

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 67** *Establecimientos de artesanías Pátzcuaro*

1	ARTE VICTORIA TIENDA DE ARTESANIAS DE COBRE	28	MUEBLES Y ARTESANIAS PUEBLO MAGICO
2	ARTES Y NOVEDADES URANI	29	NOVEDADES ARTESANALES CRISTI
3	ARTESANIA EL CONVENTO	30	TELARES GARCIA GALLARDO
4	ARTESANIAS ANGELITA	31	TEXTILERA ADAME
5	ARTESANIAS DON VASCO	32	TIENDA DE ARTESANIAS ARTEX
6	ARTESANIAS EL PORTAL CHAPARRO	33	ARTESANIAS DE CHUSPATA Y POPOTE DE TRIGO JULIANA
7	ARTESANIAS ELVIRA	34	TIENDA DE ARTESANIAS DE COBRE YAMUKUA
8	ARTESANIAS JANIKUA	35	TIENDA DE ARTESANIAS DE MADERA MINTZITA
9	ARTESANIAS LAS TRUCHAS	36	TIENDA DE ARTESANIAS DE MADERA RECUERDOS CRUZ
10	ARTESANIAS POQUITO PATZCUARO	37	ARTESANIAS DE MADERA Y CAMBAYA EL ARTE TARASCO
11	ARTESANIAS TERESITA	38	TIENDA DE ARTESANIAS DEL GIGANTE
12	BAZAR DE LAS MONJAS	39	TIENDA DE ARTESANIAS EL FARO
13	BAZAR DON VASCO	40	ARTESANIAS GUITARRA Y CURIOSIDADES DE MADERA
14	CURIOSIDADES BERE-GRICY	41	TIENDA DE ARTESANIAS MEXICARTE
15	EL ARCO GALERIA	42	TIENDA DE ARTESANIAS MIMI
16	EL COLIBRI	43	TIENDA DE ARTESANIAS SELECTAS DE MADERA
17	EL RINCON DE LAS HADAS	44	TIENDA DE ARTESANIAS SIPALITO
18	ELABORACION Y VENTA DE ARTESANIAS LA PIKETA	45	TIENDA DE ARTESANIAS Y RESTAURANT MINTZITA
19	GALERIA ARTESANOS	46	TIENDA DE ARTESANIAS Y ROPA ITZIA
20	GALERIA DEL ARCANGEL	47	ARTESNIAS DE MADERA DE PARACHO MICHOACAN
21	GALERIA IXCANUL TEXTILES Y ARTESANALES	48	TIENDA DE ROPA ARTESANAL SUEÑOS
22	GALERIA LA CASA GRANDE	49	VENTA DE ARTESANÍAS DE MADERA - EL SOL
23	HERRAJES ARTISTICOS CRISTY	50	ARTESANIAS DE MADERA Y CERAMICA LAS JACARANDAS
24	LA FLOR DE PATZCUARO	51	ARTESANÍAS DE POPOTE DE TRIGO - MAMA COCO
25	LA SILLA CHAPARRA MUEBLES Y ARTESANIAS	52	VENTA DE MUEBLES CASA SANCHEZ
26	MUEBLERIA GARCIA	53	VENTA MUEBLES Y ARTESANIAS DE MICHOACAN
27	MUEBLES ARTESANALES PLAZA PRINCIPAL		

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 68** *Establecimientos de artesanías Quiroga*

1	A MANO	44	ARTESANIAS PEDRAZA
2	ALFARERIA MEDINA	45	ARTESANIAS PEPE
3	ARTE CON SENTIDO	46	ARTESANIAS QUIROGA
4	ARTE DE QUIROGA	47	ARTESANIAS RICAR
5	ARTESANIAS ALAIDE	48	ARTESANIAS RODRIGUEZ
6	ARTESANIAS ALAIDE	49	ARTESANIAS SAN FRANCISCO DE ASIS
7	ARTESANIAS ALEX	50	ARTESANIAS SAN MIGUEL
8	ARTESANIAS ALEXIS	51	ARTESANIAS TALAVERA
9	ARTESANIAS ALVAREZ	52	ARTESANIAS TOLIO
10	ARTESANIAS ANGELES	53	ARTESANIAS VICENTE
11	ARTESANIAS ANITA	54	ARTESANIAS VILLALOBOS
12	ARTESANIAS CALVO	55	ARTESANIAS Y ZAPATERIA TERE
13	ARTESANIAS CARLOS	56	BORDARTE
14	ARTESANIAS CASA FUENTES	57	CASA ANITA ARTESANIAS
15	ARTESANIAS CASA OROZCO GUTIERREZ	58	CASA FARIAS
16	ARTESANIAS CASTRO	59	CASA FUENTES
17	ARTESANIAS CONCHITA	60	CASA VAZQUEZ
18	ARTESANIAS CONY	61	CERAMICA CEJA
19	ARTESANIAS CORONADO	62	CERAMICA FABIAN
20	ARTESANIAS DANIEL	63	CERAMICA RAMIRES
21	ARTESANIAS EL PUENTE	64	DECORACIONES VARGAS
22	ARTESANIAS EL SAM	65	EL BAÚL DE JOSEFINA
23	ARTESANIAS ERICK	66	GALERIA ARTESANAL D ARIES
24	ARTESANIAS GELY	67	JENOMY DECORACIONES
25	ARTESANIAS GUERRERO	68	LA CASA DE LA ABUELA
26	ARTESANIAS HERNANDEZ	69	LA ESQUINA DE LA DECORACION
27	ARTESANIAS JUANA CONTRERAS FLORES	70	LA MONA DE QUIROGA
28	ARTESANIAS JUANA ISABEL	71	LASER QUIROGA ARTESANIAS
29	ARTESANIAS LA ALBARDA	72	NOVEDADES BERRIOZABAL
30	ARTESANIAS LAS TRES B	73	NOVEDADES EL DELFIN
31	ARTESANIAS LOVE	74	QUADRA ARTESANIAS
32	ARTESANIAS LUCIANO	75	RINCON DEL ARTE
33	ARTESANIAS LUPITA	76	ROPA TEXTIL EN MANTA KOKU PAO
34	ARTESANIAS LUPITA	77	STIL
35	ARTESANIAS MAXIMO	78	TENTACIONES DECORACION
36	ARTESANIAS MEDINA	79	TIENDA DE ARTESANIAS LOS TRES ANGELES
37	ARTESANIAS MEDINA	80	ARTESANIAS RECUERDOS Y DECORACION GIFTZIN
38	ARTESANIAS MEXICO MAXICO	81	TIENDA DE ARTESANIAS SAN CHARBEL
39	ARTESANIAS MONARCA	82	TIENDA DE ARTESANIAS TSITSIKI
40	ARTESANIAS MONARCA	83	TIENDE DE ARTESANIAS ERANDI
41	ARTESANIAS NANCY	84	VENTA DE ARTESANIAS DOÑA MECHE
42	ARTESANIAS NANCY	85	VENTA DE MUEBLES ARTESANALES, DE CUANAJO.
43	ARTESANIAS PEDRAZA		

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 69** *Establecimientos de artesanías Tzintzuntzan*

1	ARTESANIAS APARICIO
2	ARTESANIAS HERMANOS LOPEZ
3	ARTESANIAS PEREZ PEÑA
4	TIENDA DE ARTESANIA LA CHUPA ROSA
5	TIENDA DE MUEBLES RUSTIMUEBLES

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 70** *Establecimientos de transporte Pátzcuaro*

1	AUTOBUSES ERANDI	6	PURHEPECHAS
2	AUTOBUSES PUREPECHAS	7	RENTA DE AUTOBUSES MEDINA TOURS
3	CAMIONES DE PASAJEROS PRIMERA PLUS	8	TAQUILLA DEL EMBARCADERO DEL MUELLE SAN PEDRITO.
4	DESARROLLO TURISTICO LAS GARSAS SA DE CV	9	TAQUILLA DEL MUELLE GENERAL NUMERO DOS
5	PENSION DE TURISMOS MEXICANOS		

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

**Tabla 71** *Establecimientos de transporte Quiroga*

1	AUTOTRANSPORTES GALEANA SA DE CV
---	----------------------------------

Fuente: Elaboración propia con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2022).

## ANEXO 3. Instrumento de investigación

		UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO			
CUESTIONARIO SOBRE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LA REGIÓN LACUSTRE DEL ESTADO DE MICHOACÁN					
<b>Objetivo:</b> se pretende obtener una idea general de la percepción que tienen las personas involucradas directamente en sector turístico de la región lacustre del estado de Michoacán, para el estudio de su competitividad.					
<b>Instrucciones:</b> leer cada pregunta y seleccionar la respuesta más adecuada con su percepción, marcar con una X el recuadro elegido.					
<b>Aviso de privacidad:</b> todos los datos recabados en este cuestionario son confidenciales y se utilizarán exclusivamente para el propósito de esta investigación.					
DATOS GENERALES					
Municipio:					
a) Pátzcuaro		b) Quiroga		c) Tzintzuntzan	
Tipo de establecimiento:					
a) De hospedaje		b) De alimentos		c) De entretenimiento	
d) Cultural		e) Artesanal		f) Transporte	
Sexo del encuestado:					
a) Femenino		b) Masculino		c) No identificado	
Edad del encuestado:					
a) Menor de edad		b) De 18 a 35 años		c) De 36 a 55 años	
d) Mayor de 55 años					
Tiempo que lleva el encuestado trabajando en el sector turístico:					
a) Menos de 1 año		b) De 1 a 10 años		c) De 11 a 20 años	
d) Más de 21 años					
CUESTIONARIO					
Recursos Naturales	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. ¿Considera que los recursos naturales son importantes para atraer turistas?					
2. ¿Los espacios naturales son atractivos para los turistas en su municipio?					
3. ¿Cree que los espacios naturales de recreación en su municipio son suficientes para atraer turistas?					
Sostenibilidad del medio ambiente	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
4. ¿Considera que su municipio es un lugar libre de contaminación?					
5. ¿Cree que la conservación del medio ambiente es importante para la competitividad del turismo?					
6. ¿En su establecimiento llevan a cabo actividades para proteger el medio ambiente?					

<u>Recursos culturales y de entretenimiento</u>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
7. ¿Considera que los recursos culturales son importantes para atraer turistas?					
8. ¿Cree que los lugares de entretenimiento son importantes para la competitividad del turismo?					
9. ¿Cree que los lugares de entretenimiento en su municipio son suficientes para atraer turistas?					
<u>Recursos humanos y mercado laboral</u>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
10. ¿Considera que la fuerza laboral disponible es suficiente si aumenta el turismo?					
11. ¿Cree que los salarios son competitivos en el sector de turismo?					
12. ¿Tiene preferencia de genero al contratar un empleado?					
<u>Recursos tecnológicos</u>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
13. ¿Considera que los recursos tecnologicos generan competitividad al turismo?					
14. ¿Utiliza algún medio electrónico para promocionarse o atender a sus clientes?					
15. ¿El servicio de internet es eficiente en la zona?					
<u>Infraestructura de accesibilidad</u>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
16. ¿Considera que la infraestructura de transporte turístico es de buena calidad?					
17. ¿Considera que el costo del transporte es justo y accesible?					
18. ¿Cree que los accesos viales son suficientes para un incremento de turistas?					

<u>Infraestructura del sector</u>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
19. ¿Considera que la infraestructura del sector turismo es de buena calidad?					
20. ¿Considera que el costo de los servicios turísticos son justos y accesibles?					
21. ¿Cree que la infraestructura del sector es suficiente si aumentara el turismo?					
<u>Priorización de viajes y turismo</u>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
22. ¿Confía en la administración correcta del gobierno en materia de turismo?					
23. ¿Es fácil acceder a un crédito del gobierno para su negocio?					
24. ¿Cree que las inversiones del gobierno en el turismo generan buenos resultados?					
<u>Seguridad y salud</u>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
25. ¿Considera que su municipio no es inseguro para atraer turismo?					
26. ¿Confía en el sistema judicial para mantener la seguridad?					
27. ¿Cree que los servicios médicos son suficientes si aumentara el turismo?					

Fuente: Elaboración propia (2022).