



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

FACTORES DEL TURISMO INTELIGENTE QUE INCIDEN
A NIVEL TERRITORIAL EN LOS DESTINOS URBANOS
PATRIMONIALES: LOS CASOS DE
MORELIA, MÉXICO Y SEVILLA, ESPAÑA

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR
EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

Presenta:

M.C.N.I. Kenitay Solorio Pompa

Asesores:

Dr. José Odon García García (†)

Dr. Enrique Armas Arévalos

Morelia, Michoacán junio de 2026.



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

Dra. América Ivonne Zamora Torres.
Presidenta del H. Consejo Técnico.
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales.
P R E S E N T E.

Por medio de la presente le enviamos un cordial saludo y nos permitimos hacer de su conocimiento que una vez revisada la Tesis Doctoral titulada **“FACTORES DEL TURISMO INTELIGENTE QUE INCIDEN A NIVEL TERRITORIAL EN LOS DESTINOS URBANOS PATRIMONIALES: LOS CASOS DE MORELIA, MÉXICO Y SEVILLA, ESPAÑA ”** del alumno (a) **M.C. KENITAY SOLORIO POMPA** del Programa de Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, hemos encontrado que satisface plenamente los requerimientos hechos por el Jurado Sinodal, por lo que otorgamos nuestra autorización para que se lleve a cabo la impresión de la versión definitiva de la citada tesis y se continúe con el proceso de obtención del grado respectivo.

Sin otro asunto que tratar por el momento, quedamos a sus órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

ATENTAMENTE.

Morelia, Mich., a 24 de junio de 2026

Jurado Sinodal

Dr. Enrique Armas Arévalos
Director de Tesis

Dr. Rubén Chávez Rivera
Secretario

Dr. Antonio Favila Tello
Primer vocal

Dra. María Teresa Cortés Zavala
Segundo vocal

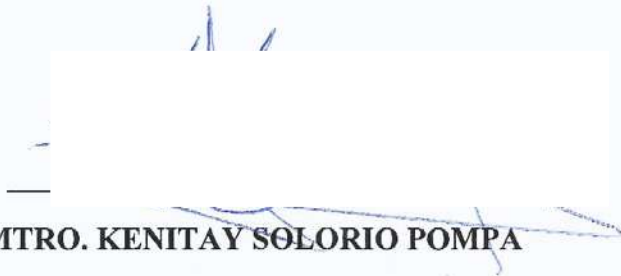
Dr. Plinio Hernández Barriga
Tercer vocal

C.c.p. Archivo.

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL
CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de Morelia, Mich., el día 24 de junio de 2026, quien suscribe, **MTRO. KENITAY SOLORIO POMPA**, alumno (a) del programa de Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, manifiesta ser el (la) autor (a) intelectual del presente trabajo de tesis, desarrollado bajo la dirección del **DR. ENRIQUE ARMAS ARÉVALOS** y cede los derechos del trabajo titulado **“FACTORES DEL TURISMO INTELIGENTE QUE INCIDEN A NIVEL TERRITORIAL EN LOS DESTINOS URBANOS PATRIMONIALES: LOS CASOS DE MORELIA, MÉXICO Y SEVILLA, ESPAÑA ”** 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 del autor y/o director del mismo. Cualquier uso académico que se haga de este trabajo, deberá realizarse conforme a las prácticas legales establecidas para este fin.


MTRO. KENITAY SOLORIO POMPA

Dedicatoria

*A las personas que me apoyaron
y creyeron en mí desde el principio.*

*A mi familia completa,
que está conmigo a pesar de la distancia.*

*A mis colegas y amigos,
que trabajan incansablemente
en el sector turístico de Morelia.*

Agradecimientos

Ala Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación, por el apoyo brindado durante los cuatro años de posgrado.

*Al Gobierno de Michoacán, por la beca de movilidad que me facilitó
la estancia de investigación en Sevilla, España.*

*Al Doctor José Odón García (†), quien confió en llevar a cabo
la investigación tal como se planteó y me dio la fortaleza para culminar.*

Al Doctor Enrique Armas, quien tomó la batuta en la parte final.

Ala mesa sinodal, por su compromiso y revisión puntual de la tesis.

*Y al Doctor Alfonso Fernández de Sevilla, España,
como anfitrión de la estancia de investigación.*

ÍNDICE

Glosario	15
Siglas y abreviaturas	17
Resumen	19
Abstract	20
Introducción	22
Capítulo I. Fundamentos de la investigación	24
1.1. Planteamiento del problema	24
1.2. Preguntas de investigación	29
1.3. Objetivos	29
1.4. Hipótesis	30
1.5. Identificación de variables	30
1.6. Justificación	31
1.7. Viabilidad	32
1.8. Alcances	33
Capítulo II. Marco referencial	34
2.1. La actividad turística en el mundo	34
2.2. El papel del patrimonio cultural en la actividad turística	37
2.3 La actividad turística y el patrimonio cultural de México	40
2.3.1. Caracterización de Morelia, México	50
2.3.2 Morelia como destino urbano patrimonial	56
2.4. La actividad turística y el patrimonio cultural de España	64
2.4.1. Caracterización de Sevilla, España	73
2.4.2. Sevilla como destino urbano patrimonial	80
Capítulo III. Marco teórico	92
3.1 Tipos de turismo y beneficios económicos de la actividad turística	92
3.1.1 Modalidades de turismo y destinos turísticos	92
3.1.2 Impacto económico de la actividad turística según Fletcher	95

3.2 La gestión del turismo y el ciclo de vida de los destinos turísticos	99
3.2.1 Desafíos de los destinos turísticos urbanos y su gestión según Fyall ...	99
3.3 El ciclo de vida de los destinos y la Organización de Gestión de Destinos de la OMT	103
3.4 La inteligencia territorial y el turismo inteligente	105
3.4.1 Las ciudades inteligentes y los Destinos Turísticos Inteligentes	108
3.5 Gobernanza	117
3.5.1 La gobernanza y la gobernabilidad por José Juan Sánchez	120
3.5.2 Gobernabilidad y gobernanza en el ámbito local según Roberto Moreno	123
3.6 Sostenibilidad	126
3.6.1 El desarrollo turístico sostenible y sus indicadores acorde a Ivars-Baidal	130
3.6.2 Enfoque de la OMT para con la sostenibilidad	133
3.7 Innovación	137
3.7.1 En aras de la innovación, siguiendo a Nooteboom y Stam	139
3.7.2 Innovación y redes interorganizacionales según Noteboom, Went, Meeus, Oerlemans y Kenis	142
3.8 Tecnología	146
3.8.1 La tecnología en la actividad turística según Buhalis	149
3.8.2 La sensorización y monitorización en el turismo, siguiendo a Ivars-Baidal	152
3.9 Accesibilidad	156
3.9.1 La accesibilidad en el turismo según la OMT	158
3.9.2 El turismo accesible según Jurado Almonte y Fernández Trisancho ..	161
3.10 Estado del arte	166
Capítulo IV. Marco metodológico	176
4.1 Método	176
4.2 Enfoque de la investigación	176
4.3 Universo y muestra	177
4.3.1 Centro histórico de Morelia, México	178
4.3.2 Casco Antiguo de Sevilla, España	179

4.4 Operacionalización de las variables	180
4.5 Instrumento de investigación	182
4.6 Alfa de Cronbach	183
4.7 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	184
4.8 Correlación entre variables	185
4.8.1 Coeficiente de correlación de Pearson	186
4.8.2 Coeficiente de correlación de Spearman	187
Capítulo V. Sistema de ecuaciones estructurales	189
5.1 Modelos de ecuaciones y terminología básica.....	190
5.2 Modelización de los sistemas de ecuaciones estructurales	192
5.3 Modelo de medida reflectivo	194
5.3.1 Evaluación del modelo reflectivo	196
5.4 Modelo de medida formativo	197
5.4.1 Evaluación del modelo formativo	199
5.5 Modelo compuesto.....	200
5.6 Evaluación del modelo estructural	201
Capítulo VI. Análisis de los resultados	203
6.1 Prueba piloto	203
6.2 Trabajo de campo	206
6.2.1 Centro histórico de Morelia, México.....	207
6.2.2 Casco antiguo de Sevilla, España	213
6.3 Pruebas de normalidad para los casos de estudio.....	219
6.3.1 Centro histórico de Morelia, México.....	220
6.3.2 Casco antiguo de Sevilla, España	222
6.4 Correlación de Spearman de los casos de estudio	223
6.4.1 Centro histórico de Morelia, México.....	224
6.4.2 Casco antiguo de Sevilla, España	225
6.5 Modelos de PLS-SEM para los casos de estudio	226
6.5.1 Centro histórico de Morelia, México.....	227
6.5.2 Casco antiguo de Sevilla, España	233

Discusión.....	240
Conclusiones.....	245
Recomendaciones.....	248
Bibliografía	254
Anexos	277
1. Padrón de organizaciones turísticas	277
1.1 Centro histórico de Morelia, México.....	277
1.2 Casco antiguo de Sevilla, España	284
2. Cuestionario para las organizaciones turísticas	294
2.1 Centro histórico de Morelia, México.....	294
2.2 Casco antiguo de Sevilla, España	296
3. Estadísticos del trabajo de campo en el centro histórico de Morelia.....	298
3.1 Estadísticos descriptivos de los datos de control y primeros ítems	298
3.2 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Gobernanza	299
3.3 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Sostenibilidad	300
3.4 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Innovación	301
3.5 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Tecnología.....	302
3.6 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Accesibilidad.....	303
4. Estadísticos del trabajo de campo en el casco antiguo de Sevilla	304
4.1 Estadísticos descriptivos de los datos de control y primeros ítems	304
4.2 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Gobernanza	305
4.3 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Sostenibilidad	306
4.4 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Innovación	307
4.5 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Tecnología.....	308
4.6 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Accesibilidad.....	309
5. Tabla de frecuencias y gráficas del trabajo de campo	310
5.1 Centro histórico de Morelia, México.....	310
5.2 Casco antiguo de Sevilla, España	350

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ranking por llegadas e ingreso de divisas en 2019	37
Tabla 2. Contribución al PIB turístico de cada entidad federativa en 2019	46
Tabla 3. Municipios con mayor población de Michoacán, PIB y PIB turístico 2019	57
Tabla 4. PIB y PIB turístico de ciudades patrimoniales con participación en el PIB estatal 2019	58
Tabla 5. Llegada y estadía en ciudades patrimoniales de México en 2019	58
Tabla 6. Llegada y estadía de turistas en ciudades patrimoniales de México 2021	59
Tabla 7. Flujo de turistas hacia Morelia entre 2006 y 2021	60
Tabla 8. Ranking de competitividad turística 2022 contra 2016	84
Tabla 9. Llegada y estadía de turistas en ciudades patrimoniales de España 2019	85
Tabla 10. Llegada y estadía de turistas en ciudades patrimoniales de España 2021	86
Tabla 11. Flujo de turistas hacia Sevilla 2006-2021	87
Tabla 12. Modalidades de turismo en base a factores de motivación	93
Tabla 13. Principales tipos de multiplicadores en el turismo	98
Tabla 14. Las 15 claves para el desafío de la gestión de destinos	102
Tabla 15. Ciclo de aprendizaje o de descubrimiento en la innovación	138
Tabla 16. Innovación exploratoria y explotadora	144
Tabla 17. Tecnologías y su aplicación en el ámbito turístico.....	148
Tabla 18. Turismo Accesible: grupos y características de los usuarios	159
Tabla 19. Estado del Arte del turismo inteligente y la relación entre turismo, patrimonio y territorio	166
Tabla 20. Universo y muestra para el caso de Morelia	179
Tabla 21. Universo y muestra para el caso de Sevilla.....	180
Tabla 22. Operacionalización de las variables	181
Tabla 23. Métodos para determinar la confiabilidad de los instrumentos de investigación	183

Tabla 24. Grados de correlación en el coeficiente de Pearson	187
Tabla 25. Evolución de los modelos de ecuaciones hacia el SEM.....	190
Tabla 26. Alfa de Cronbach de prueba piloto	204
Tabla 27. Estadísticos totales de la prueba piloto a organizaciones turísticas de Morelia	204
Tabla 28. Prueba de normalidad para la muestra de Morelia.....	220
Tabla 29. Prueba de normalidad para la muestra de Sevilla	222
Tabla 30. Correlación de Spearman para el centro histórico de Morelia	224
Tabla 31. Correlación de Spearman para el casco antiguo de Sevilla	225
Tabla 32. Multicolinealidad en indicadores de Morelia	228
Tabla 33. Pesos externos de los indicadores de Morelia	229
Tabla 34. Cargas externas de los indicadores de Morelia.....	230
Tabla 35. Bootstrapping de dos colas con indicadores de Morelia.....	231
Tabla 36. Varianza explicada para el caso de Morelia	232
Tabla 37. Multicolinealidad en indicadores de Sevilla	234
Tabla 38. Pesos externos de los indicadores de Sevilla	235
Tabla 39. Cargas externas de los indicadores de Sevilla	236
Tabla 40. Bootstrapping de dos colas con indicadores de Sevilla.....	237
Tabla 41. Varianza explicada para el caso de Sevilla	238

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Mundo: Turismo internacional arribos y partidas 1995-2019	35
Gráfica 2. Regiones del mundo: Llegadas e ingreso de divisas 2019	36
Gráfica 3. México: Turismo internacional, arribos y partidas 1995-2020	41
Gráfica 4. Variación porcentual del PIB y PIB turístico de México trimestral	43
Gráfica 5. PIB Nacional y Turístico de México de 2009 a 2019	44
Gráfica 6. Contribución al PIB turístico de cada entidad federativa en 2019	44
Gráfica 7. Evolución de la participación del PIB turístico en el PIB de Michoacán 2009-2019	56
Gráfica 8. España: Turismo internacional arribos y partidas 1995-2020	64
Gráfica 9. PIB Nacional y Turístico de España 2009-2019	65

Gráfica 10. PIB turístico: Evolución trimestral con respecto a 2019	67
Gráfica 11. PIB Turístico: evolución de 2021-2022 con respecto a 2019	67
Gráfica 12. Tasas de variación de viajeros y pernoctaciones en las provincias andaluzas 2019 contra 2018	81
Gráfica 13. Porcentaje de llegadas al aeropuerto de Sevilla 2007-2019	82
Gráfica 14. Contribución del turismo al PIB de ciudades españolas seleccionadas 2019-2022	83
Gráfica 15. Media de turismo inteligente e índice global para Morelia	208
Gráfica 16. Media de la Gobernanza en el centro histórico de Morelia	209
Gráfica 17. Media de la Sostenibilidad en el centro histórico de Morelia	210
Gráfica 18. Media de la Innovación en el centro histórico de Morelia	211
Gráfica 19. Media de la Tecnología en el centro histórico de Morelia	212
Gráfica 20. Media de la Accesibilidad en el centro histórico de Morelia	213
Gráfica 21. Media de turismo inteligente e índice global para Sevilla	214
Gráfica 22. Media de la Gobernanza en el casco antiguo de Sevilla	215
Gráfica 23. Media de la Sostenibilidad en el casco antiguo de Sevilla	216
Gráfica 24. Media de la Innovación en el casco antiguo de Sevilla	217
Gráfica 25. Media de la Tecnología en el casco antiguo de Sevilla	218
Gráfica 26. Media de la Accesibilidad en el casco antiguo de Sevilla	219

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Macro regiones funcionales con el Sistema Nacional de Ciudades de México	47
Figura 2. Escudo de armas de Morelia, México	50
Figura 3. Regiones del estado de Michoacán y localización de Morelia	52
Figura 4. Cuerpos de agua y usos de suelo en Morelia y sus tenencias.....	54
Figura 5. Regiones de Michoacán y densidad poblacional por municipio	55
Figura 6. Centro Histórico de Morelia.....	61
Figura 7. Comunidades Autónomas de España con Ceuta y Melilla.....	70
Figura 8. Escudo de Armas de Sevilla	75
Figura 9. Comarcas de la provincia de Sevilla y localización de Sevilla.....	76

Figura 10. Distritos del municipio de Sevilla	77
Figura 11. Usos de suelo en el municipio de Sevilla	78
Figura 12. Densidad de población de la provincia de Sevilla	79
Figura 13. Casco Antiguo de Sevilla	88
Figura 14. El proceso multiplicador del turismo	97
Figura 15. Ejes integradores de la Inteligencia Territorial	107
Figura 16. El destino turístico inteligente desde la perspectiva sistémica	114
Figura 17. Impacto del DTI en el sistema territorial local.....	115
Figura 18. Niveles de gobernanza territorial en espacios turísticos	119
Figura 19. Dimensiones del turismo sostenible	128
Figura 20. Círculos concéntricos del turismo sostenible	130
Figura 21. Intersecciones en la sostenibilidad del turismo	134
Figura 22. Densidad de las redes interorganizacionales.....	146
Figura 23. Ámbitos de actuación en marketing digital del DTI.....	155
Figura 24. Falta de accesibilidad: impactos económicos y sociales.....	163
Figura 25. Categorías comunes en el escalamiento tipo Likert	182
Figura 26. Elementos del modelo de sendero	193
Figura 27. Modelo de medida reflectivo	195
Figura 28. Modelo de medida formativo	198
Figura 29. Modelo de medida compuesto	200
Figura 30. Diseño de modelo PLS-SEM para Morelia y Sevilla.....	226
Figura 31. Modelo PLS-SEM para el centro histórico de Morelia	228
Figura 32. Modelo PLS-SEM para el casco antiguo de Sevilla	233

Glosario

Capacidad de carga. Número máximo de visitantes que un destino, atracción o instalación puede recibir al mismo tiempo sin que se produzcan impactos negativos en el medio ambiente, en el patrimonio cultural, en la infraestructura local o en la experiencia del viajero.

Competitividad. Capacidad de un país (o grupo de países) de enfrentar (o conocer) la competencia a nivel mundial. Incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de las importaciones.

Competitividad turística. Habilidad que tiene un destino para crear, integrar y proporcionar experiencias de turismo con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar o mejorar su posición de mercado respecto a sus competidores.

Desarrollo. Condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos.

Desarrollo económico. Capacidad de un país para generar riqueza en el largo plazo, reflejándose en el aumento de la calidad de vida de los habitantes.

Desarrollo local. Se puede entender la construcción colectiva a nivel local, que tiene como objetivo movilizar los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluir al conjunto de la población.

Desarrollo turístico. Proceso continuo y planificado para crear, gestionar y mejorar la oferta de un destino para satisfacer las necesidades económicas y sociales del lugar, respetando su cultura y medio ambiente.

Destino turístico. Lugar en el cual se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas, pudiendo ser un país, una región, una ciudad o un lugar concreto.

Flujo turístico. Desplazamiento cuantificado de personas desde sus lugares de origen hacia otros destinos.

Gasto Turístico. 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.

Patrimonio cultural. Elementos y manifestaciones, tangibles o intangibles, producidos a lo largo del tiempo, incluido el actual, valorados por la comunidad de un lugar, identificándola y diferenciándola de otras.

Política pública. Política pública se puede definir como un conjunto de decisiones, acciones, acuerdos y otros elementos que el sector público propone, pudiendo contar con una participación del sector privado u otras organizaciones, a fin de mejorar situaciones planteadas en relación a un tema de interés público.

Política turística. Conjunto de decisiones relacionadas al sector turístico y que deben integrarse a la política nacional de desarrollo para orientar y normar las acciones por medio de planes y programas de desarrollo sectorial.

Turismo cultural. Actividad que permite a las personas contemplar y experimentar las diferentes formas de vida de otra gente y, como consecuencia comprender sus costumbres, tradiciones, sus pensamientos expresados en lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural.

Turista. Persona que se desplaza a un lugar diferente a donde mantiene su residencia habitual, por un período no superior a doce meses, y cuyo motivo principal de visita no es ejercer una actividad remunerada.

Visitante. Persona que se desplaza por unas horas a un lugar diferente a donde mantiene su residencia habitual y no pernocta ni una noche en dicho lugar.

Siglas y abreviaturas

AL	América Latina
AVE	Varianza Extraída Promedio
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CBSEM	Métodos Basados en el Análisis de las Covarianzas
CC. AA.	Comunidades Autónomas
CIP	Centro Integralmente Planeado
CONACULTA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
CRM	Customer Relationship Management
CSTE	Cuenta Satélite del Turismo en España
DTI	Destino Turístico Inteligente
EE. UU.	Estados Unidos de América
ENAT	Red Europea de Turismo Accesible
HTMT	Heterotrait-Monotrait
I+D	Investigación y desarrollo
I+D+i	Investigación, desarrollo e innovación
IA	Inteligencia Artificial
IMPLAN	Instituto Municipal de Planeación
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INE	Instituto Nacional de Estadística
INVATTUR	Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas
IPLAEM	Instituto de Planeación del Estado de Michoacán
KS	Kolmogorov-Smirnov
NFC	Near Field Communication
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OGD	Organización de Gestión de Destinos
OMT	Organización Mundial de Turismo
ONCE	Organización Nacional de Ciegos Españoles

PCD	Personas con Discapacidad
PEA	Población Económicamente Activa
PIB	Producto Interno Bruto
PLS	Partial Least Squares
PYME	Pequeñas y Medianas Empresas
QR	Quick Response
RFID	Radio Frequency Identification
SARS-Cov 2	Coronavirus 2 del Síndrome Respiratorio Agudo Grave
SECIHTI	Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación
SECTUR	Secretaría de Turismo
SEGITTUR	Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas
SEM	Structural Equation Modeling
SETUR	Secretaría de Estado de Turismo
SPSS	Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales
TIC	Tecnologías de Información y Comunicación
UE	Unión Europea
UNE	Organismo de Normalización en España
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
USD	Dólares estadounidenses
VIF	Factor de Inflación de Varianza
Wi-Fi	Wireless Fidelity

Resumen

La investigación que se aborda a continuación tiene por objetivo analizar los impactos a nivel territorial por cada componente del turismo inteligente en dos destinos urbanos patrimoniales que se encuentran en distintos niveles de maduración de la actividad turística, pero que comparten una vocación turística y algunos rasgos en cuanto a población y dimensiones del territorio a estudiar como es el centro histórico de Morelia y el casco antiguo de Sevilla. Se llevan a cabo las distintas fases del método científico para incluir una investigación de campo y recabar información a través de un instrumento de investigación aplicado a las organizaciones turísticas públicas y privadas de las dos ciudades.

Con los resultados obtenidos se modeló un sistema de ecuaciones estructurales basado en la varianza, como es el de mínimos cuadrados parciales. Se confirma el impacto de los cinco componentes del turismo inteligente para Sevilla, sobre todo en términos de sostenibilidad y accesibilidad, pero con un fuerte reto como es el empleo sostenible en el sector turístico y el turismo masivo que está afectando al ciudadano en su cotidianidad. Para el caso de Morelia incidieron cuatro de los cinco componentes del turismo inteligente, pues la tecnología no estaría figurando, pero la gobernanza resultó ser el punto de partida para trabajar en indicadores como el transporte público sostenible y los atractivos turísticos accesibles.

Palabras clave: 1. Turismo inteligente, 2. Morelia, 3. Sevilla, 4. Sistema de ecuaciones estructurales, 5. Mínimos cuadrados parciales

Abstract

The research discussed below aims to analyze the territorial impacts of each component of smart tourism in two urban heritage destinations that are at different levels of maturity in the tourism industry, but that share a tourist vocation and some features in terms of population and dimensions of the territory to be studied: historic center of Morelia and historic center of Seville. The scientific method includes field research to gather information through a research instrument applied to public and private tourism organizations in both cities.

The results were used to create a variance-based structural equation modeling, specifically partial least squares. The impact of the five components of smart tourism for Seville was confirmed, particularly in terms of sustainability and accessibility, but two challenges remain: sustainable employment in the tourism sector and the impact of mass tourism on citizens' daily lives. For Morelia, four of the five components of smart tourism had an impact, as technology was not included, but governance proved to be the starting point for working on indicators such as sustainable public transport and accessible tourist attractions.

Key words: 1. Smart tourism, 2. Morelia, 3. Seville, 4. Structural equation modeling, 5. Partial least squares

Introducción

El presente trabajo de investigación se ha proyectado para argumentar sobre el impacto a nivel territorial que puede brindar el turismo inteligente en los destinos urbanos patrimoniales, para lo cual se emplea el método científico y se avanza por una serie de etapas como es la recopilación de datos, la revisión de la literatura, la investigación de campo y el análisis de los resultados tanto en el centro histórico de Morelia, México como en el casco antiguo de Sevilla, España.

De esta manera, en la primera parte se concentran los fundamentos de la investigación, para comenzar con el planteamiento del problema, de donde se generan las preguntas de la investigación y las diversas hipótesis. Se llega posteriormente a la identificación de las variables y otros subtemas como la justificación y la viabilidad de la investigación.

En el segundo capítulo se abre espacio al marco referencial, en donde figura la actividad turística en el mundo y el patrimonio cultural en la actividad turística, toda vez que la investigación se ubica en destinos turísticos de tipo cultural en los cuales ha sido esencial el patrimonio que poseen. La caracterización de Morelia y de Sevilla es de rigor, en cuanto a la población y su territorio, para luego exponer ciertos aspectos como destinos turísticos *per se*.

En el capítulo 3 se abre paso al marco teórico en el cual se habla sobre los tipos de turismo más conocidos, además de los beneficios de la actividad turística, las modalidades de turismo y la gestión del turismo, además de la inteligencia territorial, las ciudades inteligentes, como preámbulo para desarrollar las variables que dan lugar al turismo inteligente. El marco teórico es de mucha utilidad para el investigador, pues hace posible moldear el conocimiento, adaptarlo y utilizarlo, en este caso, para el trabajo de campo que se hace necesario por el tipo de investigación que se diseñó; al final del apartado se incluye el estado del arte del turismo inteligente, donde se incluyen trabajos de investigación relacionados en mayor o menor medida con el tema de investigación.

El marco metodológico toma forma en el capítulo número 4, explicando el método a utilizar y el enfoque de la investigación, además del universo y la muestra calculados para los dos casos a estudiar: centro histórico de Morelia y casco antiguo de Sevilla. Muy importante es la operacionalización de las variables, que dan paso al diseño del instrumento de investigación y el desarrollo de temas técnicos como la confiabilidad del instrumento y la prueba de normalidad, además de los coeficientes de correlación.

En el quinto capítulo se definen las ecuaciones estructurales con su terminología básica, la modelización de un sistema de este tipo y sus variantes, así como la manera de como se evalúa en cada resultado devuelto por el paquete informático utilizado; este es un tema de mucha relevancia para comprender los resultados y los apartados finales del presente ejercicio de investigación.

El análisis de resultados funge como capítulo sexto y comienza con la prueba piloto, recomendada siempre para este tipo de investigaciones. Se prosigue con los hallazgos obtenidos durante el trabajo de campo en los dos destinos urbanos patrimoniales, utilizando un paquete estadístico, una revisión en lo que concierne a la normalidad de las muestras y las correlaciones existentes entre las variables. Se cierra el capítulo con la presentación de los modelos de ecuaciones estructurales para los casos de estudio, añadiendo la valoración de cada uno acorde a lo que se menciona en la literatura.

Finalmente, y posterior a interpretar la información recabada, se abre paso a la discusión, donde se engarza lo encontrado en cada caso de estudio con lo dicho por otros autores del marco teórico y del estado del arte. Prosiguen las conclusiones con apego a la objetividad y certeza que el instrumento y las etapas anteriores de la investigación han proporcionado, para cerrar con las recomendaciones y futuras líneas de investigación.

Capítulo I. Fundamentos de la investigación

1.1. Planteamiento del problema

El turismo a nivel global contribuye a disminuir el saldo negativo de la cuenta corriente contribuyendo al desarrollo y crecimiento económicos, también al cuidado medioambiental y del patrimonio cultural, con un potencial para elevar la paz y seguridad en el mundo (OCDE, 2016).

Merinero y Pulido (2009), refieren que el estudio de las relaciones entre los actores de la actividad turística se ha revisado desde tres perspectivas: la Teoría General de Sistemas, la Teoría de las Partes Interesadas y lo relacionado a la gestión de los destinos turísticos. Para Vargas y Rodríguez (2021), el desarrollo turístico de los destinos puede ser revisado con diversos indicadores, pero son los actores públicos y privados implicados en la actividad turística quienes potenciarán dicho desarrollo al propiciar mejoras en lo social, económico y ambiental.

Según Vázquez Barquero (2010), el desarrollo de la actividad turística debe contar con innovaciones que conduzcan hacia la competitividad y llevar al desarrollo local, tal es el caso de ciudades como Cartagena de Indias y la Habana Vieja, además de otros ejemplos en México, encontrados en Chiapas y Yucatán.

Para Morelia, la contribución de la actividad turística representó el 11% del Producto Interno Bruto (PIB) municipal en el año 2019, equivalente a poco más de 145 mil millones de pesos. Dicho porcentaje es bajo si se compara con otros destinos urbanos patrimoniales de México como Guanajuato, Zacatecas o Puebla. Hablamos de un porcentaje equiparable al de Querétaro en el mismo año, pero dicha ciudad cuenta con un sector industrial por demás posicionado, que generó un PIB mayor a los 200 mil millones de pesos. En esta tesitura, el mismo porcentaje que aportó el turismo al PIB municipal de Morelia y Querétaro fue de 16 mil millones de pesos y 24 mil millones de pesos respectivamente en el año 2019.

El PIB turístico de México se conforma con actividades del sector secundario y en mayor medida con actividades del sector terciario, pero se asume que un mayor número de turistas aunado a una mayor estadía incrementan la derrama económica. También puede ser determinante la proporción que exista entre turistas nacionales e internacionales, además del tamaño de la población en cada ciudad para dictaminar la importancia de la actividad turística. Con base en esto último, Puebla obtuvo los mejores números en 2019 tanto con llegadas como con estadía de los turistas nacionales, superada por Zacatecas en la estadía de los turistas internacionales. En cuanto a la relación entre turistas y población, definitivamente es Guanajuato la ciudad que mejor se ubica por contar con poco menos de 200 mil habitantes y haber recibido más de 800 mil turistas.

Morelia cuenta con una relación baja entre la llegada de turistas y el número de habitantes, pues en 2019 se registró el arribo de poco más de 768 mil turistas para una población de 849 mil habitantes, lo que corresponde a un 91%. El año 2020 representó el mayor declive de la actividad turística por la pandemia que ocasionó el virus del SARS-Cov 2, pero al revisar el año 2021 es posible apreciar una recuperación en las ciudades patrimoniales de nuestro país. Para Morelia ha significado continuar con una muy baja relación entre turistas y habitantes al registrar casi 555 mil llegadas en 2021, equivalente al 65% de la población.

Es posible precisar para Morelia, un período muy pobre en llegadas de turistas internacionales que responde a una serie de factores relacionados a una baja competitividad turística, con limitaciones en cuanto a apoyo gubernamental en el sector turismo, a recursos humanos y a seguridad turística (Solorio Pompa, 2021). Referente a la seguridad, desde 2008 en el estado de Michoacán se ha normalizado en algún grado la incidencia delictiva, con eventos que trascienden en las noticias internacionales a causa del crimen organizado (Hiriart, 2022).

Acorde a Hiernaux y González (2015), se ha generalizado un clima de inseguridad en los destinos urbanos patrimoniales de América Latina (AL) al constatar una economía informal regularmente ubicada en la periferia y zonas marginadas, lo que frecuentemente incluye a población con bajos niveles de desarrollo e implica una

serie de problemas que incrementan la situación de inseguridad que persiste en la mayoría de las ciudades medias. Las ciudades patrimoniales de México cuentan con distintas circunstancias en este sentido, cuentan con algún nivel de inseguridad que suele ser determinante para la atracción de turismo. Están las alertas internacionales de las que Michoacán no ha pasado desapercibido, pero el tema de la seguridad es complejo y compete a las instancias correspondientes que, para efectos de esta investigación, no se abundará con gran detalle.

Para el conjunto de destinos urbanos patrimoniales de España, García (2007) afirma que se tienen niveles heterogéneos de desarrollo organizativo, económico o político, que impactan en el desarrollo de la actividad turística. Sevilla, ha contado con incrementos anuales en llegadas de turistas tanto nacionales como internacionales hasta antes de la pandemia. Diversas revistas especializadas en turismo ubicaron a la capital andaluza como uno de los mejores destinos turísticos urbanos del mundo, lo que pudo influir para que en 2018 y 2019 superara el millón y medio de turistas internacionales y más de un millón de turistas españoles o que residen en dicho país, dato que se complementa con los números de la provincia de Andalucía, que superó los 30 millones de turistas en los mencionados años (Jover-Báez & Berraquero-Díaz, 2020; INE, 2022; Statista, 2022).

La relación entre turistas y habitantes de Sevilla es bastante distinta a lo que presenta Morelia, puesto que en 2019 se registraron 2.8 millones de turistas y la población es cercana a los 700 mil habitantes, por lo que el número de turistas estaría cuadruplicando al número de habitantes. La proporción de turistas internacionales superó a la de turistas nacionales desde 2011, y para 2013 llegaron a Sevilla más de 1 millón de turistas no residentes en España, lo que aumentó año tras año hasta 2019, cuando arribaron más de 1 millón 630 mil extranjeros. En 2020, como era de esperarse, la cifra bajó a la quinta parte de 2019 pero en 2021 se tuvieron más de medio millón de este tipo de turistas.

En realidad, Sevilla ha apostado por un modelo turístico basado en la responsabilidad compartida, trabajando desde el urbanismo y la digitalización hacia un turismo sostenible, por lo que desde 2021 es un Destino Turístico Inteligente

(DTI), con lo cual se busca una convivencia equilibrada entre turistas y residentes, donde la gobernanza se hace fuerte para alcanzar la sostenibilidad con innovación y la tecnología es un aliado para la gestión del turismo; todo ello incrementando la accesibilidad en toda el área patrimonial (Europa Press, 2023). Ahora bien, gracias al Plan Estratégico Sevilla 2030, Plan Sevilla Smart City y proyecto Horizonte Sevilla Inteligente (con inversión de casi 5 millones de euros), se ha logrado el distintivo de Ciudad Inteligente desde abril de 2023.

Según Troitiño Vinuesa (2016), es posible reconocer algunas dimensiones del turismo con sus implicaciones urbanas y territoriales:

- La relación entre gestión patrimonial y desarrollo turístico, donde tiene que ver la parte funcional del territorio.
- Instrumentos de gestión del patrimonio territorial.
- Equipamientos turísticos/culturales.
- Turismo como generador de empleo (directo, indirecto e inducido).
- Capacidad de carga (física, social, económica y medioambiental), es decir el máximo de visitantes.

Sevilla ha contado, siguiendo lo anterior, con situaciones negativas en su acelerado desarrollo urbano de los últimos cincuenta años, desvalorizando al centro histórico y entornos patrimoniales periféricos de gran interés como San Jerónimo, Humilladero de la Cruz del Campo o Buhaira. La Torre Pelli, muy próxima al centro histórico parece orientar a otro modelo de ciudad e incide en el paisaje, como si fuese ajeno al Plan General de Ordenación Urbana de Sevilla y al Plan de Ordenación del Territorio Andaluz (Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 2023).

Hiriart (2022) ha concluido que, en el centro histórico de Morelia, el abandono y derrumbe de muchas casas habitación con arquitectura monumental, sumado a los daños del patrimonio por actos vandálicos o por protestas en donde la autoridad ha sido permisiva, juega en contra de la actividad turística. Según Machat y Ziesemer (2015), en muchas partes del mundo hay tendencias que ponen en peligro nuestro patrimonio, como la desigualdad progresiva, las crisis económicas, políticas o judiciales, aunado al descuido o falta de uso de los edificios históricos. Esto ha

motivado la destrucción de vestigios de antiguas civilizaciones y paisajes culturales completos, sucediendo de tanto en medio de conflictos armados como ha sido Malí, Siria o Irak como en países con presiones del desarrollo como Rusia, Perú, México, e incluso España.

La estructura organizativa es preponderante, la existencia de una entidad municipal o alguna dependencia organizativa puede ser el indicador del desarrollo administrativo del destino turístico, por lo que la relación entre los sectores público y privado es el clave para una ventaja competitiva sostenible (Mazaro & Varzin, 2004). Para el caso de Michoacán, la planificación y gestión del turismo ha tomado forma desde los años ochenta sin encontrar objetivos certeros para conectar el turismo con el bienestar de los pobladores, tanto en entornos rurales como urbanos (Hiriart, 2015). Las dependencias municipales de turismo, en el caso de Morelia, se han caracterizado por planes sin trascendencia más allá de algunas adecuaciones urbanas en el área patrimonial y la rehabilitación de algunos espacios públicos. En todo caso, se hace necesario revisar el grado de sostenibilidad y de accesibilidad de manera puntual, toda vez que en el centro de la ciudad se congrega un alto número de habitantes que no están relacionados a la actividad turística, principalmente estudiantes que son parte importante de la Población Económicamente Activa (PEA) y de una estrategia de innovación social necesaria para hacer frente a la problemática que presenta la ciudad de Morelia.

El Banco Interamericano para el Desarrollo (BID) propone una renovación de los productos y servicios turísticos o, en caso de ser necesario, una estrategia que pueda rejuvenecer el destino, puesto que se concibe un ciclo de vida con etapas bien identificadas, que incluyen el estancamiento y deterioro del destino turístico (BID, 2022). En este sentido, Morelia cuenta con un centro histórico que ha sido reconocido por su valor histórico y cultural, formando parte de un selecto grupo de ciudades patrimoniales en el mundo, pero que puede requerir acciones de innovación en varios sentidos, por lo cual los actores involucrados deberán trabajar de manera disruptiva en pro de la actividad turística de la ciudad.

1.2. Preguntas de investigación

¿Cuáles son los factores del turismo inteligente que inciden a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España?

¿Cuál es el impacto de la gobernanza a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España?

¿Cómo influye la sostenibilidad a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España?

¿Cuál es la repercusión de la innovación a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España?

¿De qué manera aporta la tecnología a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España?

¿En qué forma contribuye la accesibilidad a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España?

1.3. Objetivos

General:

- Analizar la manera en que los factores del turismo inteligente inciden a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España.

Específicos:

- Conocer el impacto que tiene la gobernanza a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España.
- Revisar de qué manera influye la sostenibilidad a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España.
- Estudiar la repercusión de la innovación a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España.

- Ponderar la aportación de la tecnología a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España.
- Dictaminar la contribución de la accesibilidad a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España.

1.4. Hipótesis

H_T: Los factores del turismo inteligente que inciden a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España son la gobernanza, la sostenibilidad, la innovación, la tecnología y la accesibilidad.

H₁: La gobernanza impacta a nivel territorial sobre los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España

H₂: La sostenibilidad influye a nivel territorial sobre los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España

H₃: La innovación repercute a nivel territorial sobre los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España

H₄: La tecnología aporta a nivel territorial sobre los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España

H₅: La accesibilidad contribuye a nivel territorial sobre los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España

H₀: Los factores del turismo inteligente que inciden a nivel territorial en los destinos urbanos patrimoniales como Morelia, México y Sevilla, España no son la gobernanza, la sostenibilidad, la innovación, la tecnología y la accesibilidad.

1.5. Identificación de variables.

La variable dependiente se ha fijado como turismo inteligente, ya que en España la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) en conjunto con la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), promueven el proyecto de DTI para mejorar diversos aspectos que diversifiquen y

mejoren la experiencia de los turistas en tanto se contribuya a la calidad de vida de los residentes. Para la presente investigación se hizo pertinente acatar las variables independientes que dictamina la metodología de los DTI, es decir:

- Gobernanza
- Sostenibilidad
- Innovación
- Tecnología
- Accesibilidad

1.6. Justificación

Hernández *et al.* (2014) mencionan que la justificación de la investigación indica el motivo por el cual se debe realizar la investigación, se debe demostrar que dicho estudio tiene la relevancia necesaria.

El crecimiento económico ha estado relacionado con la actividad turística para el caso de Morelia de forma notable, ya que se cuenta con un centro histórico reconocido como Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO) desde 1991, lo cual ha configurado una cadena de valor turística e infraestructuras como es el centro de convenciones, campos de golf, teatros, museos y otros recursos turísticos que abonan a esta actividad. Las dependencias de gobierno municipal y estatal trabajan en estrategias de promoción turística continuamente, por lo que la gestión del turismo se puede visualizar y analizar en este destino urbano patrimonial.

La ciudad de Morelia cuenta con suficientes alternativas de alojamiento y servicios que podrían captar mayores ingresos mediante el aumento en la llegada y estadía de turistas, especialmente extranjeros, un indicador que nunca ha superado 100 mil llegadas anuales, en lo cual se ha encontrado poca concordancia con la medición que realiza la Secretaría de Turismo (SECTUR) y que se hará visible en el apartando correspondiente.

Para el caso de Sevilla, el trabajo realizado en materia de turismo es de lo más exitoso, siendo suficiente contar con la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad para 3 edificios que son íconos del destino turístico, además de contar con un patrimonio inmaterial internacionalmente conocido como es el género musical de España: el flamenco. Esto le ha valido para convertirse en la primera ciudad creativa de la música por la UNESCO en 2006, una red de ciudades a la cual Morelia se integró en 2017. Además, las dos ciudades son medias, con menos de 1 millón de habitantes y su parte histórica de casi 4 kilómetros cuadrados.

La aportación que realiza la actividad turística para Morelia radica en la diversidad de empleos que se generan, ya que los distintos tipos de servicios que el turista requiere configuran un engranaje con grandes posibilidades para los emprendedores que busquen innovar en el turismo. Finalmente, tanto Sevilla como Morelia tienen aspectos a mejorar como destinos turísticos urbanos patrimoniales, aunque Morelia parece encontrarse en una situación más crítica y con mucho trabajo por delante; para Sevilla, el esfuerzo realizado a través de los años ha rendido frutos al ostentarse como Destino Turístico Inteligente desde 2021.

1.7. Viabilidad

El estudio cuenta con viabilidad para realizarse, se cuenta con el tiempo suficiente y con la experiencia de trabajar en campo en la ciudad de Morelia. La experiencia personal en la actividad turística también puede proporcionar elementos de mayor proximidad de los datos recabados y en cuanto a recursos económicos no hay mayor inconveniente, puesto que se tiene el apoyo de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI). Para el trabajo de campo en Sevilla, España también se buscará el apoyo de los investigadores de la Universidad de Sevilla y se espera tener buena respuesta al encontrarse un convenio de trabajo vigente entre las 2 universidades y coincidir en una red iberoamericana de posgrado. Aunado a lo anterior, se cumplirán los requisitos para desarrollar la presente investigación como lo exige el claustro académico y la SECIHTI.

1.8. Alcances

Los alcances de la investigación primeramente serán de tipo descriptivo, ya que se vislumbra un estado muy incipiente de turismo inteligente para el caso de Morelia, México, contrario al caso de Sevilla, España como destino posicionado en el ámbito del turismo inteligente. Las características, implicaciones territoriales y la evolución de la actividad turística de cada caso de estudio están incluidas.

El alcance también es de tipo correlacional, ya que el turismo inteligente implica diversos factores o variables e indicadores que pueden provocar efectos paulatinos a nivel territorial en Morelia, por ser algo novedoso, así como efectos notables en Sevilla, gracias al nivel de consolidación en que se encuentra.

Finalmente es explicativa, ya que se discutirán los resultados obtenidos sobre cada elemento del turismo inteligente en los destinos urbanos patrimoniales a estudiar para descartar o confirmar las distintas hipótesis, que darán lugar a la discusión de los resultados, seguida de las conclusiones y esto, a fin de brindar algunas recomendaciones en la parte final de la presente investigación.

Capítulo II. Marco referencial

En el presente capítulo se revisan datos e información referente a la actividad turística con el objeto de brindar una visualización más amplia de cada caso de estudio, partiendo de lo general a lo particular, desde la distribución del turismo mundial, con la llegada de turistas e ingreso de divisas a cada región del mundo y los países que se encuentran liderando cada segmento mencionado. Se agrega un apartado sobre el papel del patrimonio cultural tanto en México como en España, así como la lista de actividades económicas que componen al turismo en uno y otro país. Posteriormente, se revisan los aportes económicos que realiza el turismo por cada estado o provincia, además de la regionalización dada en cada país, para terminar con la caracterización de Morelia y Sevilla en términos de territorio, pero también considerando a las dos ciudades como destinos urbanos patrimoniales.

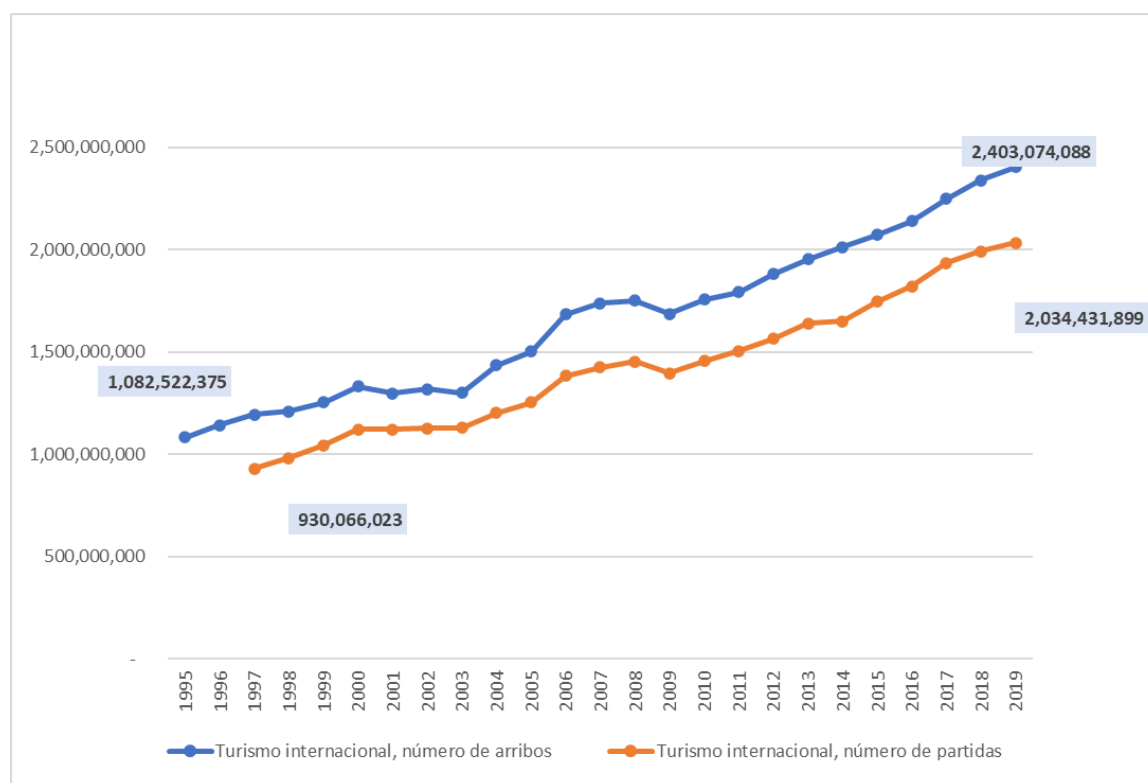
2.1. La actividad turística en el mundo

Según Brida y Risso (2009), el turismo a nivel internacional implica un impacto positivo en el crecimiento económico, el cual es a largo plazo y es observable a través de las siguientes premisas:

1. Es una significativa fuente de divisas internacionales, lo que permite adquirir bienes de capital y diversificar la producción.
2. Puede estimular inversiones con relación a infraestructura y competencia en el sector, especialmente de servicios.
3. Beneficia a otras industrias de la economía directa o indirectamente, con efectos multiplicadores.
4. Representa una importante fuente de empleo y/o aumento de los ingresos familiares.
5. El turismo es un generador de economías de escala.
6. Aporta en la difusión del conocimiento técnico, la investigación y el desarrollo, además de sumar capital humano con capacitación.

El Banco Mundial (2022) cuenta con información referente al número de arribos que se integra con información de la Organización Mundial de Turismo (OMT), el anuario de estadísticas de turismo y archivos de datos, registrando más de 1000 millones de arribos en 1995 y poco más de 2400 millones de arribos en 2019. En cuanto a partidas, el registro da inicio en 1997, con 930 millones y concluye en 2019 con poco más de 2000 millones (ver Gráfica 1).

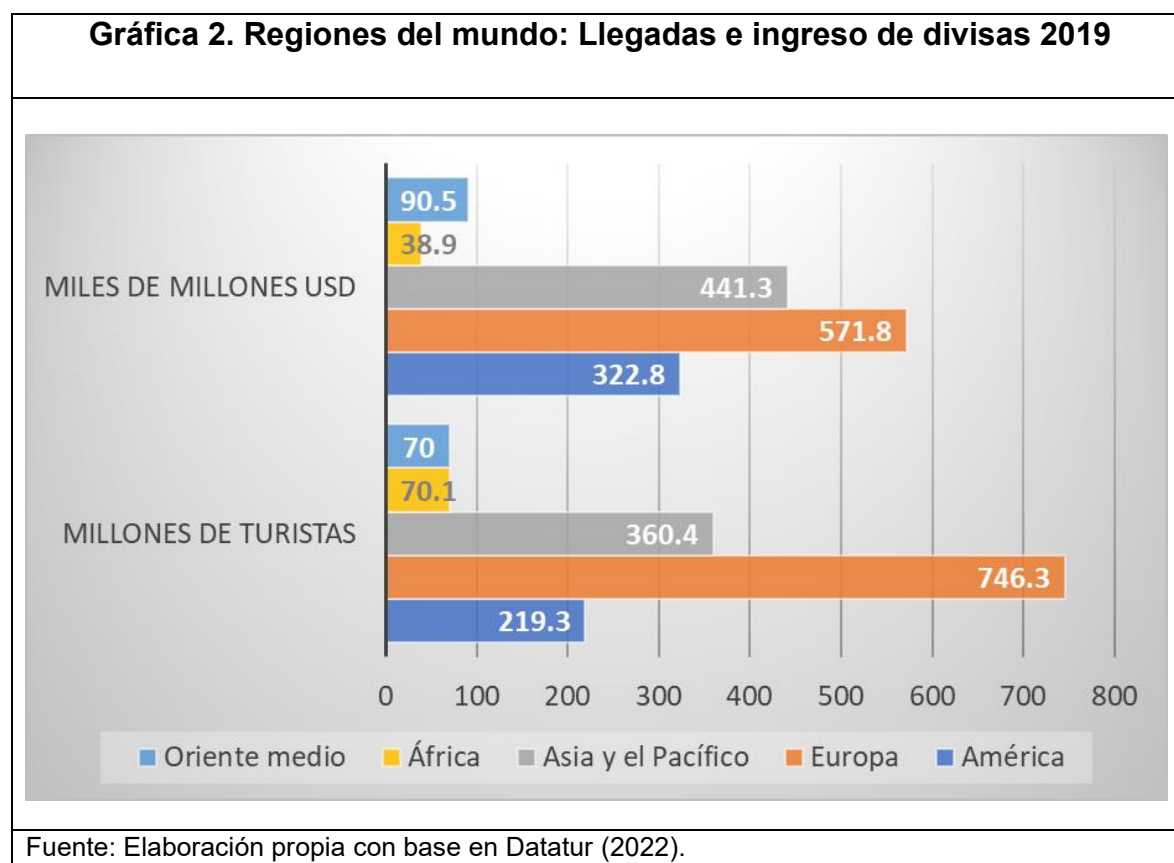
Gráfica 1. Mundo: Turismo internacional arribos y partidas 1995-2019



Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2022a).

La OMT mide el impacto económico del turismo motivando a que cada país priorice esta actividad, toda vez que desde 2010, representa aproximadamente el 10% del PIB mundial y el 10% de los puestos de trabajo. Según la OMT (2021), el turismo mundial registró su peor año en 2020, cuando se tuvieron mil millones de llegadas internacionales menos que en 2019, es decir, una caída del 74% a nivel global; la

región de Europa, en todo caso, se encontró en la cima de las mediciones (ver Gráfica 2).



Francia se ostenta como el país más visitado del mundo, España le sigue y en la misma región del mundo se cuenta a Italia como quinto país más visitado; Europa se hace fuerte por la conectividad existente entre sus países. Por otro lado, Estados Unidos de América (EE. UU.) se ubica en tercer puesto por afluencia de turistas, los cuales cuentan con motivaciones diferentes a las que persisten en el caso europeo y por ello el ingreso de divisas para este país es muy notable.

Las divisas en turismo para México en 2019 fueron de 24.6 mil millones de dólares (USD), pero es más importante la séptima posición con respecto a llegadas internacionales. Importante mencionar también a los países asiáticos como China y Tailandia ubicados en cuarto lugar en cada uno de los 2 apartados (Sectur, 2021) (ver Tabla 1).

Tabla 1. Ranking por llegadas e ingreso de divisas en 2019				
País	Millones de turistas	Posición	País	Miles de millones USD
Francia	No disponible	1	Estados Unidos	193.3
España	83.5	2	España	79.7
Estados Unidos	79.4	3	Francia	63.5
China	65.7	4	Tailandia	59.8
Italia	64.5	5	Reino Unido	52.7
Turquía	51.2	6	Italia	49.6
México	45.0	7	Japón	46.1
Tailandia	39.8	8	Australia	45.7
Alemania	39.6	9	Alemania	41.8
Reino Unido	39.4	10	Macao (China)	40.1
Japón	31.9	11	China	35.8
Austria	31.9	12	Emiratos Arabes Unidos	30.7
Grecia	31.3	13	India	30.7
Malasia	26.1	14	Turquía	29.8
Portugal	24.6	15	Hong Kong (China)	28.9
Rusia	24.6	16	Canadá	28.0
Hong Kong	23.8	17	México	24.6
Canadá	22.1	18	Austria	22.9
Polonia	21.2	19	República de Corea	20.9
Países Bajos	20.1	20	Portugal	20.5
Fuente: Elaboración propia con base en Datatur (2022).				

2.2. El papel del patrimonio cultural en la actividad turística

El patrimonio es un atractivo territorial que puede ser determinante a la hora de elegir un destino. Las ciencias económicas lo definen como la posesión material de bienes y factores de producción que representan riqueza para una persona o una sociedad, con la característica de ser heredable también. Es posible lograr una sensación de traslado a tiempos anteriores y la vivencia de culturas ajenas durante la experiencia turística, pero es importante no trastocar la identidad actual de la sociedad en su territorio. El aspecto físico, recreativo, histórico, social, natural o paisajístico más notable debe ser la imagen del destino y lo que convencerá a los consumidores a realizar la visita (Muñoz & Llanos, 2021).

Caravaca *et al.* (1996) han mencionado que el patrimonio es un recurso cultural, social y también es un recurso económico que, mediante una interrelación con los demás recursos, puede aportar en los procesos de desarrollo. El patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas conforman el mayor atractivo del turismo. El turismo puede captar la derrama económica y motivar al mismo tiempo hacia el cuidado del mismo patrimonio tangible e intangible (Icomos, 1999).

La visión estructuralista sentó las bases del desarrollo endógeno, el cual afirma que cada país debe conocer sus capacidades productivas que podrán satisfacer tanto a mercados externos como internos. En este modelo, los flujos a corto plazo, los recursos financieros y el patrimonio, que puede ser sociocultural, natural y de capital fijo son preponderantes, con la recomendación de gestionar lo anterior de forma regional en vez de nacional (Sunkel, 1995).

La convención de 1972 para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural establece que existe un valor universal excepcional en determinados lugares de todo el mundo, los cuales deben ser tomados en cuenta como un patrimonio común de la humanidad. En la actualidad, la Lista del Patrimonio Mundial incluye 1,121 sitios (869 culturales, 213 naturales y 39 mixtos) en 167 Estados Parte de todas las regiones del mundo (UNESCO, 2021).

Los bienes tangibles e intangibles que se han enlistado como patrimonio de la humanidad debieron cumplir los requisitos de la UNESCO, pues se alinean con las directrices operativas para la convención del patrimonio mundial y son en total diez criterios (UNESCO, 2021b):

- (i) Representar una obra maestra del genio creativo humano;
- (ii) Exhibir un importante intercambio de valores humanos, en un lapso o en un área cultural del mundo, sobre desarrollos en arquitectura o tecnología, artes monumentales, urbanismo o diseño de paisajes;
- (iii) Dar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización que está viva o que ha desaparecido;
- (iv) Ser un ejemplo sobresaliente de un conjunto arquitectónico o tecnológico o un paisaje que ilustra etapa (s) significativa (s) en la historia humana;

- (v) Ser un ejemplo sobresaliente de un asentamiento humano tradicional, el uso de la tierra o el uso del mar que es representativo de una cultura (o culturas), o la interacción humana con el medio ambiente, especialmente cuando se ha vuelto vulnerable bajo el impacto de un cambio irreversible;
- (vi) Estar directa o tangiblemente asociado con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de notable importancia universal. (El Comité considera que este criterio debe utilizarse preferiblemente junto con otros criterios);
- (vii) Contener fenómenos naturales superlativos o áreas de excepcional belleza natural e importancia estética;
- (viii) Ser ejemplos destacables que representen las principales etapas de la historia de la Tierra, incluido el registro de la vida, procesos geológicos continuos significativos en el desarrollo de accidentes geográficos o características geomorfas o fisiográficas significativas;
- (ix) Ser ejemplos notables que representan procesos ecológicos y biológicos significativos en curso en la evolución y desarrollo de ecosistemas terrestres, de agua dulce, costeros y marinos y comunidades de plantas y animales;
- (x) Contener los hábitats naturales más importantes y significativos para la conservación in situ de la diversidad biológica, incluidos los que contienen especies amenazadas de valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o la conservación.

Según Hiernaux y González (2015), los centros históricos o cascos antiguos de las ciudades fueron los espacios geográficos de las clases altas o gobernantes, muy ligadas a las religiones y con las edificaciones de mayor valor arquitectónico-histórico. Incluso los grandes museos como el *British Museum* o el *Louvre* tienen una ubicación céntrica y llegan a determinar los espacios patrimoniales. En algunos destinos urbanos patrimoniales se pueden tener edificios incluidos en la lista de Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, como el Hospicio Cabañas en Guadalajara, México y en otros casos se tiene la declaratoria de todo el casco antiguo, como en Arequipa, Perú.

El ejemplo de París es interesante, puesto que un hecho que marcó al mundo en 1789 despertó el interés de turistas, en especial con perfiles políticos, que deseaban conocer la cuestión social naciente, además de espacios como bulevares o algunos edificios emblemáticos que hoy en día son parte del todavía del patrimonio que encanta al turismo que busca la experiencia cultural (Hiernaux & González, 2015).

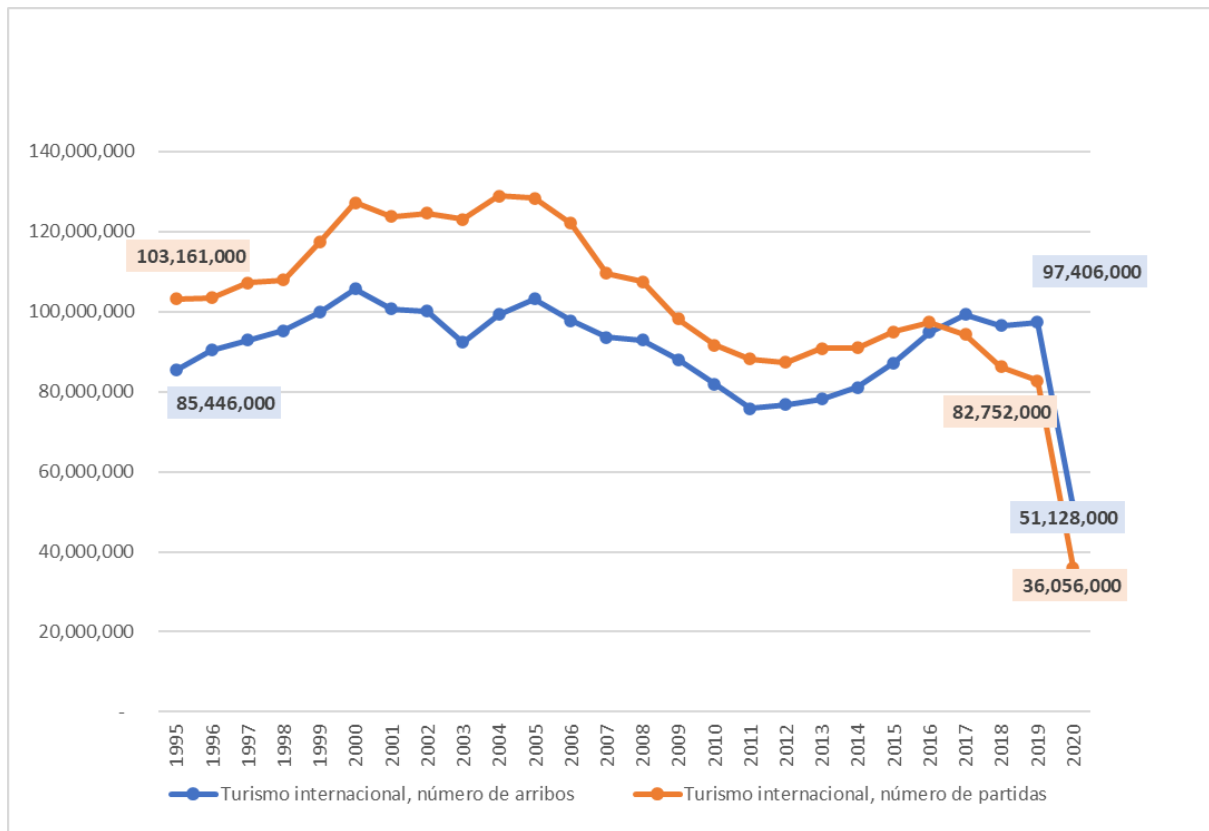
2.3 La actividad turística y el patrimonio cultural de México

Para Hiernaux y González (2015), el Porfiriato, un período de gobierno que duró 34 años, se puede ubicar como el inicio de la actividad turística en México, cuando la capital del país fue notablemente visitada y comenzó una incipiente oferta de hospedaje y restauración. Al mismo tiempo, en otras ciudades de América Latina se observaban llegadas de turistas europeos y estadounidenses.

El potencial del turismo cuenta con amplias posibilidades para promover el desarrollo local y regional a pesar de los desafíos de competitividad y de sostenibilidad actuales, puesto que la actividad turística contribuye positivamente a la balanza de pagos de México. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), ha mencionado que el país cuenta con planes y programas en materia de turismo que pueden estimular el crecimiento económico y promover el desarrollo regional siempre y cuando persista un marco de gobernanza eficiente y la colaboración con el sector privado para la mayor diversificación de productos turísticos (OCDE, 2016).

El Banco Mundial (2022b) proporciona el número de arribos y partidas, empatado con la información de la OMT, el anuario de estadísticas de turismo y el compendio de estadísticas de turismo y archivos de datos. Para el caso de México, en 1995 arribaron más de 85 millones de personas, en 2019 fueron 97 millones 400 mil arribos y en 2020 la cantidad bajó a 51 millones de arribos. En lo que respecta a partidas, los números son mayores en 1995, cuando partieron más de 103 millones de personas, pero en 2019 fueron 82 millones 752 mil personas y en 2020 la cifra bajó a poco más de 36 millones de partidas (ver Gráfica 3).

Gráfica 3. México: Turismo internacional, arribos y partidas 1995-2020



Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2022b).

Según Datatur (2022b), el mercado nacional o interno de México representó el 82% del consumo turístico y el resto correspondió al mercado internacional. El ingreso de divisas por parte de la actividad turística ascendió a los 24.6 mil millones de USD, por debajo de las exportaciones manufactureras equivalentes a 410 mil 836 millones de USD y de las remesas de los migrantes, que se contabiliza en poco más de 36 mil millones de USD. Sin embargo, la actividad turística se posicionó arriba de la exportación de petróleo crudo correspondiente a 22.5 mil millones de USD.

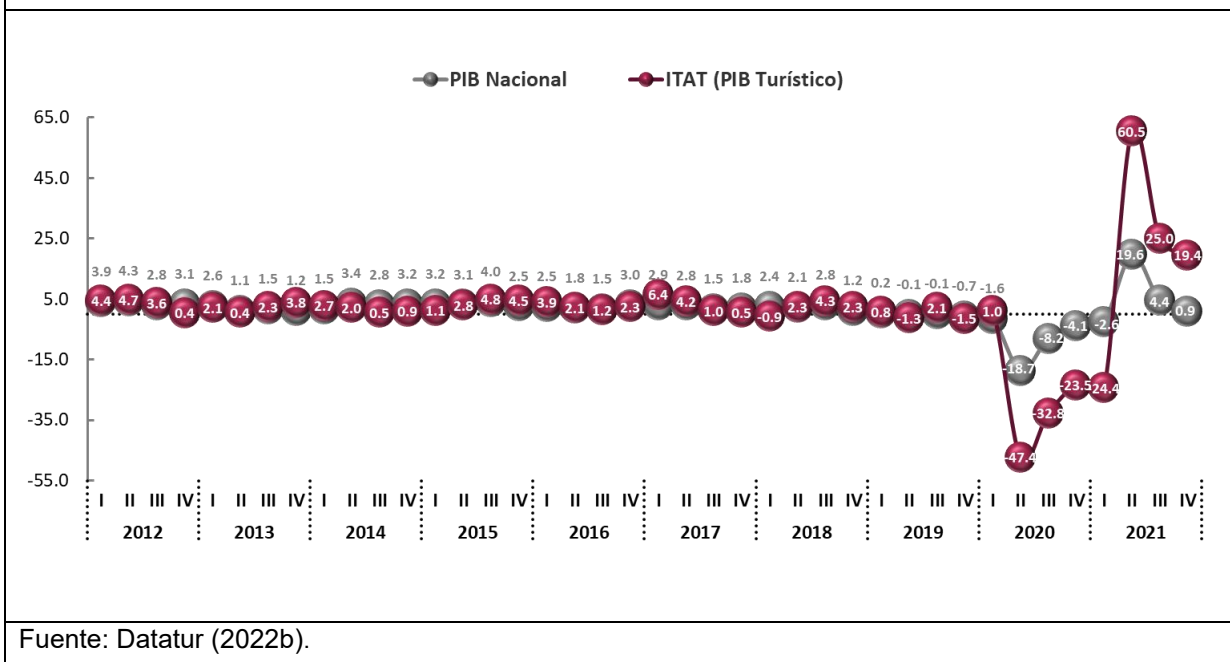
El Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (INEGI) conforma el PIB turístico tomando dos actividades características del sector secundario y multitud de actividades pertenecientes al sector terciario, a las cuales se agregan

actividades conexas y el listado de empleos que genera el turismo se aproxima al siguiente (INEGI, 2022):

- ✓ Artesanías (sector secundario)
- ✓ Otros bienes (sector secundario)
- ✓ Comercio al por menor en tiendas de artesanías
- ✓ Transporte colectivo foráneo de pasajeros de ruta fija
- ✓ Transporte turístico por tierra
- ✓ Transporte turístico por agua
- ✓ Servicios relacionados con transporte aéreo
- ✓ Administración de puertos y muelles
- ✓ Administración de centrales camioneras
- ✓ Inmobiliarias y corredores de bienes raíces
- ✓ Servicios de administración de bienes raíces
- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes
- ✓ Parques acuáticos y balnearios del sector privado
- ✓ Hoteles con otros servicios integrados
- ✓ Hoteles sin otros servicios integrados
- ✓ Moteles
- ✓ Cabañas, villas y similares
- ✓ Campamentos y albergues recreativos
- ✓ Pensiones y casas de huéspedes
- ✓ Departamentos y casas amueblados con servicios de hotelería

En el segundo trimestre de 2021 se observó una mejora en el PIB de México y con mayor notoriedad en el PIB turístico, al registrar ingresos equivalentes a los de 2019, mientras que países como Turquía, Francia y Alemania registraron caídas menores que en los primeros trimestres del año (OMT, 2021b) (ver Gráfica 4).

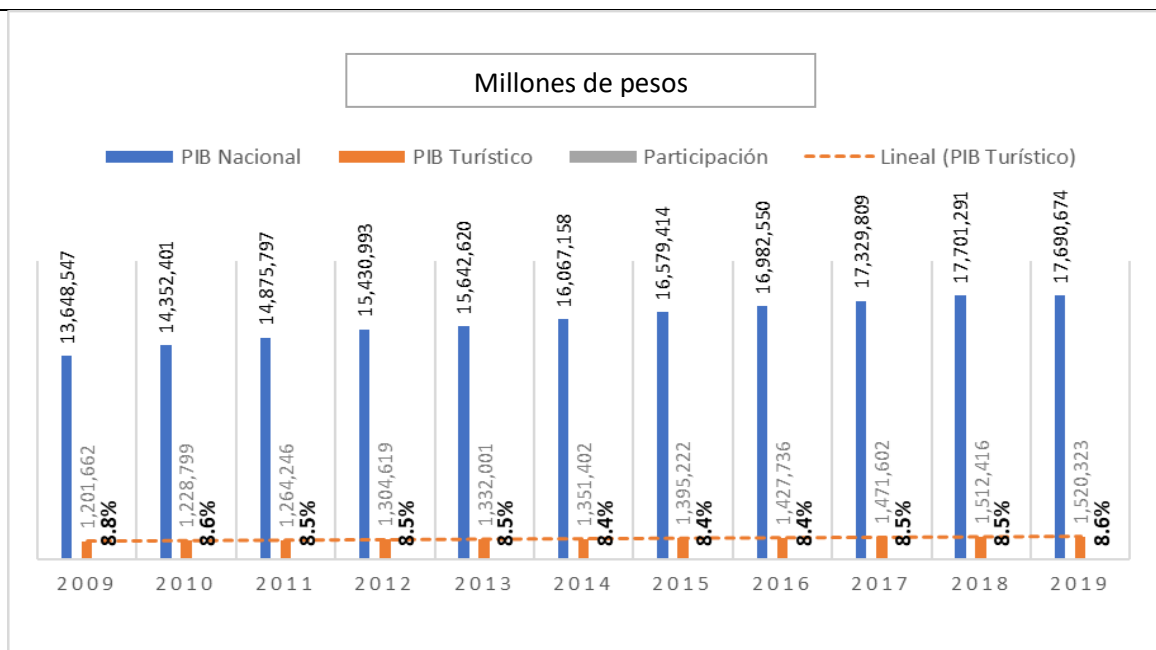
Gráfica 4. Variación porcentual del PIB y PIB turístico de México trimestral



El PIB turístico nacional se ha mantenido en un porcentaje mayor al 8.5% del PIB al menos desde 2009, siendo dicho año cuando presentó un 0.3% más que en los años subsecuentes (ver Gráfica 5).

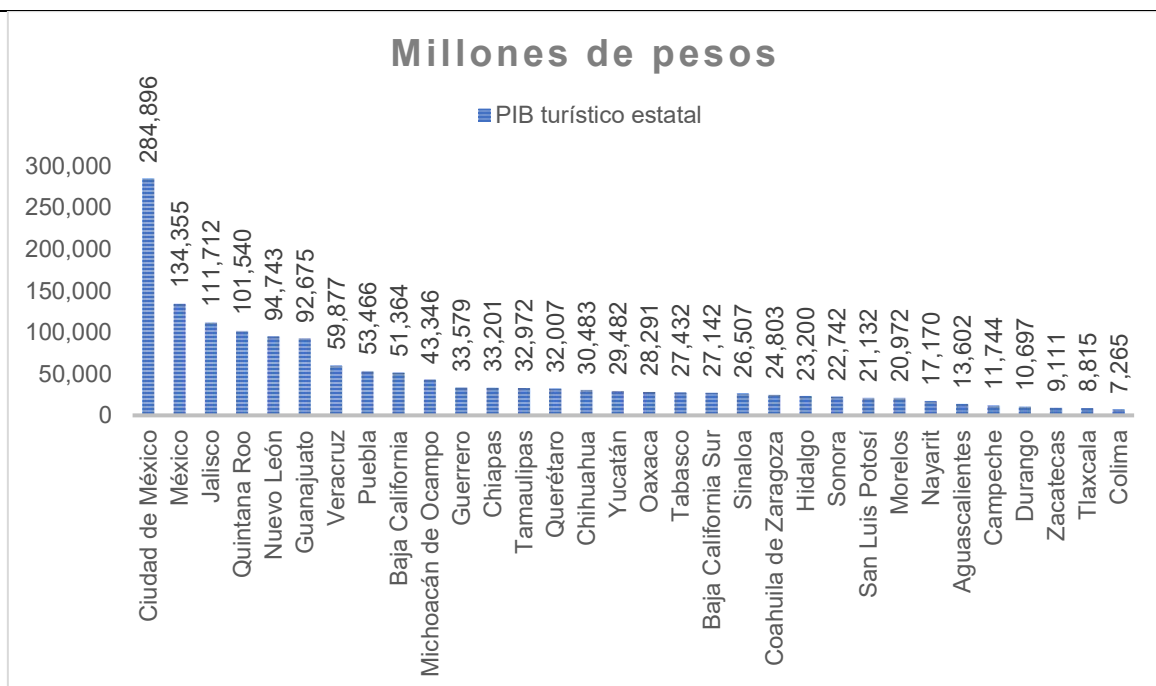
De las entidades federativas, la Ciudad de México hace la mayor contribución al PIB turístico, seguida del Estado de México y Jalisco por contar, además con las mayores poblaciones del país, mismo caso para Nuevo León, que aparece en la quinta posición. Pero en cuarto lugar se encuentra Quintana Roo, por la Riviera Maya y Cancún, probablemente los máximos íconos del turismo mexicano, y en sexto se encuentra Guanajuato, único estado que cuenta con dos ciudades Patrimonio de la Humanidad (ver Gráfica 6).

Gráfica 5. PIB Nacional y Turístico de México de 2009 a 2019



Fuente: Elaboración propia con base en Datatur (2022b).

Gráfica 6. Contribución al PIB turístico de cada entidad federativa en 2019



Fuente: Elaboración propia con base en Datatur (2022b).

Michoacán se ubica en el lugar número 10 superando a los estados de Guerrero y Chiapas e incluso Oaxaca, que ofrecen sol y playa, turismo cultural y de naturaleza, pero que han presentado inestabilidad social e inseguridad, algo que no es ajeno para Michoacán, pero con atractivos turísticos como el Santuario de la Mariposa Monarca y la celebración de la Noche de Muertos se ha mantenido el interés de los turistas nacionales e internacionales (ver Tabla 2).

Se ha intentado planificar el desarrollo de las regiones en México, pero nunca ha existido una figura que coordine a cada una de ellas. Carvalho y Moquete (2011) mencionan que el territorio surge de una percepción y apropiación del espacio, con una forma de organización social, relaciones socioeconómicas y manifestaciones culturales en donde la concepción de territorio es dinámica. En todo caso, en México la división territorial se encuentra dada por las entidades federativas o estados.

Se han definido 8 macro regiones funcionales definidas en el Sistema de Ciudades y Distribución Espacial de la Población que elaboró el Consejo Nacional de Población (ver Figura 1) (CONAPO, 1991 citado en Datatur, 2022b):

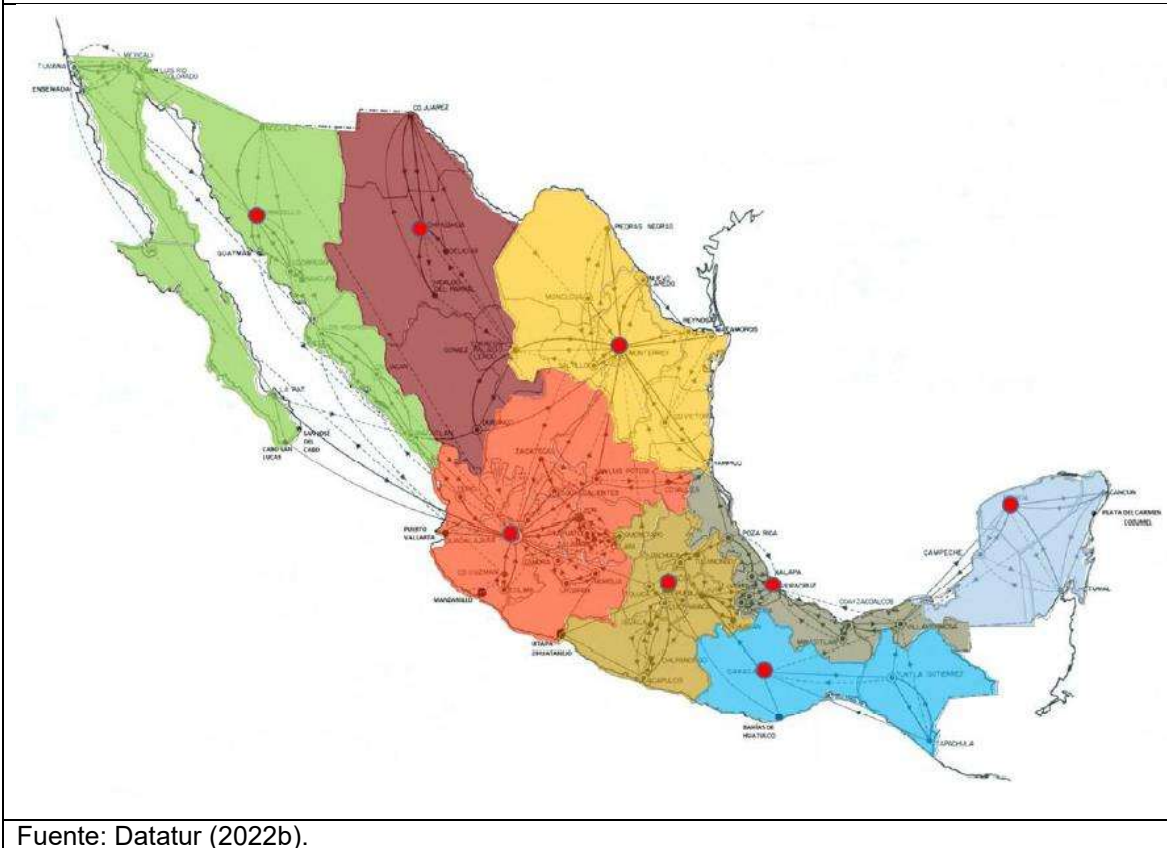
1. Centro: Ciudad de México, México, Puebla, Querétaro, Hidalgo, Guerrero, Morelos y Tlaxcala. Lugar central: Ciudad de México.
2. Centro norte y occidente: Zacatecas, Aguascalientes, Michoacán, Nayarit, Colima, Guanajuato, San Luis Potosí y Jalisco. Lugar central: Guadalajara.
3. Golfo: Veracruz y Tabasco. Lugar central: ciudad de Veracruz.
4. Mar de Cortés: Sonora, Baja California, Sinaloa y Baja California Sur. Lugar central: Hermosillo.
5. Noreste: Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas. Lugar central: Monterrey.
6. Norte centro: Chihuahua y Durango. Lugar central: Chihuahua.
7. Pacífico sur: Oaxaca y Chiapas. Lugar central: Oaxaca.
8. Península de Yucatán: Yucatán, Campeche y Quintana Roo. Lugar central: Mérida.

Tabla 2. Contribución al PIB turístico de cada entidad federativa en 2019

Entidad Federativa	PIB estatal	PIB turístico estatal	Participación
Ciudad de México	3,139,561	284,896	9.07%
México	1,578,335	134,355	8.51%
Jalisco	1,216,771	111,712	9.18%
Quintana Roo	290,341	101,540	34.97%
Nuevo León	1,377,526	94,743	6.88%
Guanajuato	706,016	92,675	13.13%
Veracruz	802,758	59,877	7.46%
Puebla	599,132	53,466	8.92%
Baja California	576,310	51,364	8.91%
Michoacán de Ocampo	424,021	43,346	10.22%
Guerrero	240,560	33,579	13.96%
Chiapas	260,493	33,201	12.75%
Tamaulipas	518,448	32,972	6.36%
Querétaro	403,905	32,007	7.92%
Chihuahua	573,579	30,483	5.31%
Yucatán	264,718	29,482	11.14%
Oaxaca	252,285	28,291	11.21%
Tabasco	448,555	27,432	6.12%
Baja California Sur	157,813	27,142	17.20%
Sinaloa	399,403	26,507	6.64%
Coahuila de Zaragoza	605,801	24,803	4.09%
Hidalgo	271,360	23,200	8.55%
Sonora	579,933	22,742	3.92%
San Luis Potosí	369,793	21,132	5.71%
Morelos	200,326	20,972	10.47%
Nayarit	120,634	17,170	14.23%
Aguascalientes	223,043	13,602	6.10%
Campeche	517,912	11,744	2.27%
Durango	204,699	10,697	5.23%
Zacatecas	152,492	9,111	5.97%
Tlaxcala	104,653	8,815	8.42%
Colima	109,496	7,265	6.63%
Estados Unidos Mexicanos	17,690,674	1,520,323	8.59%

Fuente: Elaboración propia con base en Datatur (2022b).

Figura 1. Macro regiones funcionales con el Sistema Nacional de Ciudades de México



México cuenta con un interesante compendio de activos patrimoniales naturales y culturales con un potencial más allá de los destinos de sol y playa. El modelo de turismo podría distribuirse hacia las regiones de menor proyección, pero con productos turísticos y la colaboración entre los distintos niveles de gobierno y sus actores, acompañado de infraestructuras e instalaciones de apoyo (OCDE, 2016).

A continuación, se muestran los elementos que componen la lista de patrimonio cultural inmaterial para México y el año del nombramiento (UNESCO ICH, 2022a):

1. Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos (2008).
2. Lugares de memoria y tradiciones vivas de los otomí-chichimecas de Tlaximán: la Peña de Bernal, guardiana de un territorio sagrado (2009).
3. La ceremonia ritual de los Voladores (2009).

4. La pirekua, canto tradicional de los p'urhépechas (2010).
5. Los parachicos en la fiesta tradicional de enero de Chiapa de Corzo (2010).
6. La cocina tradicional mexicana: Una cultura comunitaria, ancestral y viva y el paradigma de Michoacán (2010).
7. El Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta (2011).
8. La charrería, tradición ecuestre en México (2016).
9. La romería de Zapopan: ciclo ritual de La Llevada de la Virgen (2018).
10. Procesos artesanales para la elaboración de la Talavera de Puebla y Tlaxcala (2019).

De la lista anterior, el nombramiento más reciente se encuentra compartido con España, ya que en dos municipios pertenecientes a la provincia de Toledo se trabaja una variante de la misma técnica artesanal para trabajar la cerámica: Talavera de la Reina y El Puente del Arzobispo (UNESCO ICH, 2022a). Por su parte, el patrimonio cultural se conforma en su mayoría por ciudades coloniales y zonas arqueológicas, destacando además dos patrimonios que son tanto culturales como naturales, denominados mixtos, ubicados al final de la lista (UNESCO, 2022a):

1. Centro histórico de México y Xochimilco (1987).
2. Centro histórico de Oaxaca y zona arqueológica de Monte Albán (1987).
3. Centro histórico de Puebla (1987).
4. Ciudad prehispánica de Teotihuacán (1987).
5. Ciudad prehispánica y parque nacional de Palenque (1987).
6. Ciudad histórica de Guanajuato y minas adyacentes (1988).
7. Ciudad prehispánica de Chichén-Itzá (1988).
8. Centro histórico de Morelia (1991).
9. Ciudad prehispánica de El Tajín (1992).
10. Pinturas rupestres de la Sierra de San Francisco (1993).
11. Centro histórico de Zacatecas (1993).
12. Primeros monasterios del siglo XVI en laderas del Popocatepetl (1994, 2021).
13. Ciudad prehispánica de Uxmal (1996).
14. Zona de monumentos históricos de Querétaro (1996).

15. Hospicio Cabañas de Guadalajara (1997).
16. Zona de monumentos históricos de Tlacotalpán (1998).
17. Zona arqueológica de Paquimé (1998).
18. Ciudad histórica fortificada de Campeche (1999).
19. Zona de monumentos arqueológicos de Xochicalco (1999).
20. Misiones franciscanas de la Sierra Gorda de Querétaro (2003).
21. Casa-Taller de Luis Barragán (2004).
22. Paisaje de agaves y antiguas instalaciones industriales de Tequila (2006).
23. Campus central de la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México (2007).
24. Villa Protectora de San Miguel el Grande y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco (2008).
25. Camino Real de Tierra Adentro (2010).
26. Cuevas prehistóricas de Yagul y Mitla en Valles Centrales de Oaxaca (2010).
27. Sistema hidráulico del acueducto del Padre Tembleque (2015).
28. Antigua Ciudad Maya y bosques tropicales protegidos de Calakmul, Campeche (2002, 2014).
29. Valle de Tehuacán-Cuicatlán - Hábitat originario de Mesoamérica (2018).

México en total cuenta con 29 declaratorias de patrimonio cultural por parte de la UNESCO y es el 4° país con mayor número de ciudades inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial, después de Italia, España, Francia y Alemania, país que cuenta con la misma cantidad que México en dicho apartado (Sectur, 2021b).

Para trabajar en la difusión cultural y promoción turística de estas ciudades, se conformó la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial en 1996, donde se incluye a la ciudad de Morelia, Ciudad de México y Xochimilco, Puebla, Oaxaca, Guanajuato, Querétaro, Campeche, Zacatecas, Tlacotalpan y San Miguel de Allende, además de tres de las ciudades por donde pasa el camino real de Tierra Adentro, que son Durango, San Luis Potosí y San Juan del Río, Querétaro (ANCMPPM, 2021).

2.3.1. Caracterización de Morelia, México

Morelia es la capital del estado de Michoacán y es la tercera ciudad fundada, después de Tzintzuntzan y Pátzcuaro, por disposición del Virrey Don Antonio de Mendoza, con el nombre de la Nueva Ciudad de *Mechuacan* en 1541 y posteriormente Valladolid en 1545. El nombre actual se hizo oficial el 12 de septiembre de 1828 y es en honor al benemérito José María Morelos y Pavón, reconocido por su legado social, militar y político durante la Independencia de México (Tavera, 1995 citado en Solorio, 2021). El escudo de armas de Morelia consta de tres reyes y sus antecedentes datan de 1711 pasando entonces por varias interpretaciones sobre la identidad de los reyes, siendo la más acertada la que identifica a Carlos V, a su hermano Maximiliano y a su hijo Felipe II (ver Figura 2). Se aprecia en la parte superior una corona real con elementos asemejando pedrería azul, roja y verde, además de tres cuarteles de campos de oro, cada rey vestido de púrpura con un cetro en las manos (Ayuntamiento de Morelia, 2022).

Figura 2. Escudo de armas de Morelia, México



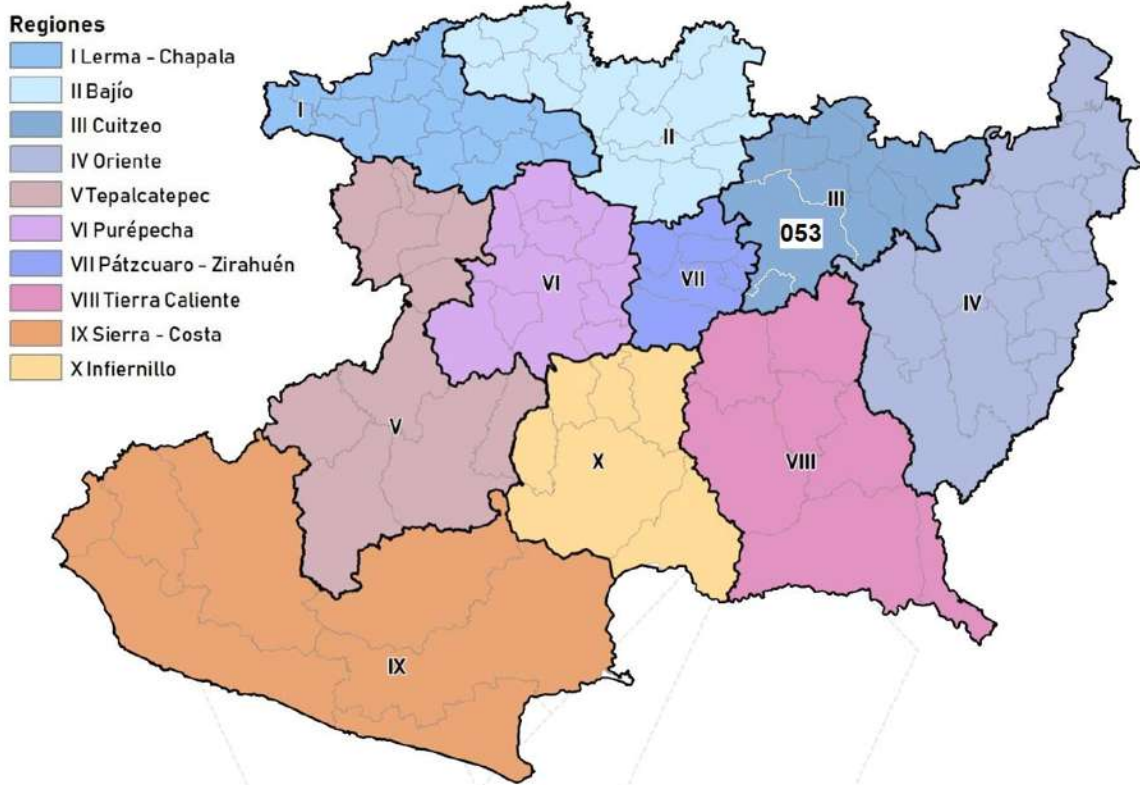
Fuente: Ayuntamiento de Morelia (2022).

Morelia se encuentra en la zona noreste del estado de Michoacán, siendo la ciudad mejor conectada a la Carretera Federal número 15, que comunica en un tiempo similar tanto con Guadalajara, Jalisco como con la Ciudad de México. Es una de las vías de comunicación más importantes del país, ya que es parte de la carretera panamericana que recorre casi todo el continente.

El Instituto de Planeación del Estado de Michoacán de Ocampo (IPLAEM) señala una superficie de 58,598.7 km² para el caso de Michoacán y casi 4.8 millones de habitantes. Morelia se ubica en la región III, llamada Cuitzeo a razón del lago, que es de suma importancia para los municipios circundantes (ver Figura 3). Esta regionalización está vigente desde 2004 por medio del Decreto de Regionalización para la Planeación y Desarrollo del Estado de Michoacán de Ocampo, basada en las cuencas hidrológicas según la vocación de los municipios y elementos de identidad cultural, al igual que los marcos de actuación político organizativos prevalecientes, siendo en total 10 regiones. Ahora bien, los municipios que conforman la región Cuitzeo son (IPLAEM, 2022):

1. Acuitzio
2. Álvaro Obregón
3. Charo
4. Chucándiro
5. Copándaro
6. Cuitzeo
7. Huandacareo
8. Indaparapeo
9. Morelia
10. Queréndaro
11. Santa Ana Maya
12. Tarímbaro
13. Zinapécuaro

Figura 3. Regiones del estado de Michoacán y localización de Morelia



Fuente: IPLAEM (2022).

Morelia es el municipio número 53 de manera alfabética entre los 113 que conforman a la entidad federativa según el Instituto Municipal de Planeación (IMPLAN) y la extensión territorial es de 1,193.49 kilómetros cuadrados (km²), pero la ciudad como tal abarca 157.6 km², lo que corresponde al 13% del territorio municipal. Colinda con 14 municipios: al norte con Tarímbaro, Chucándiro, Copándaro y Huaniqueo; al este con Charo; al sureste con Tzitzio; al sur con Madero y Acuitzio; al suroeste con Huiramba, Pátzcuaro y al Oeste con Lagunillas, Tzintzuntzan, Quiroga, y Coeneo. De igual manera hay 14 tenencias pertenecientes al municipio (IMPLAN, 2022b):

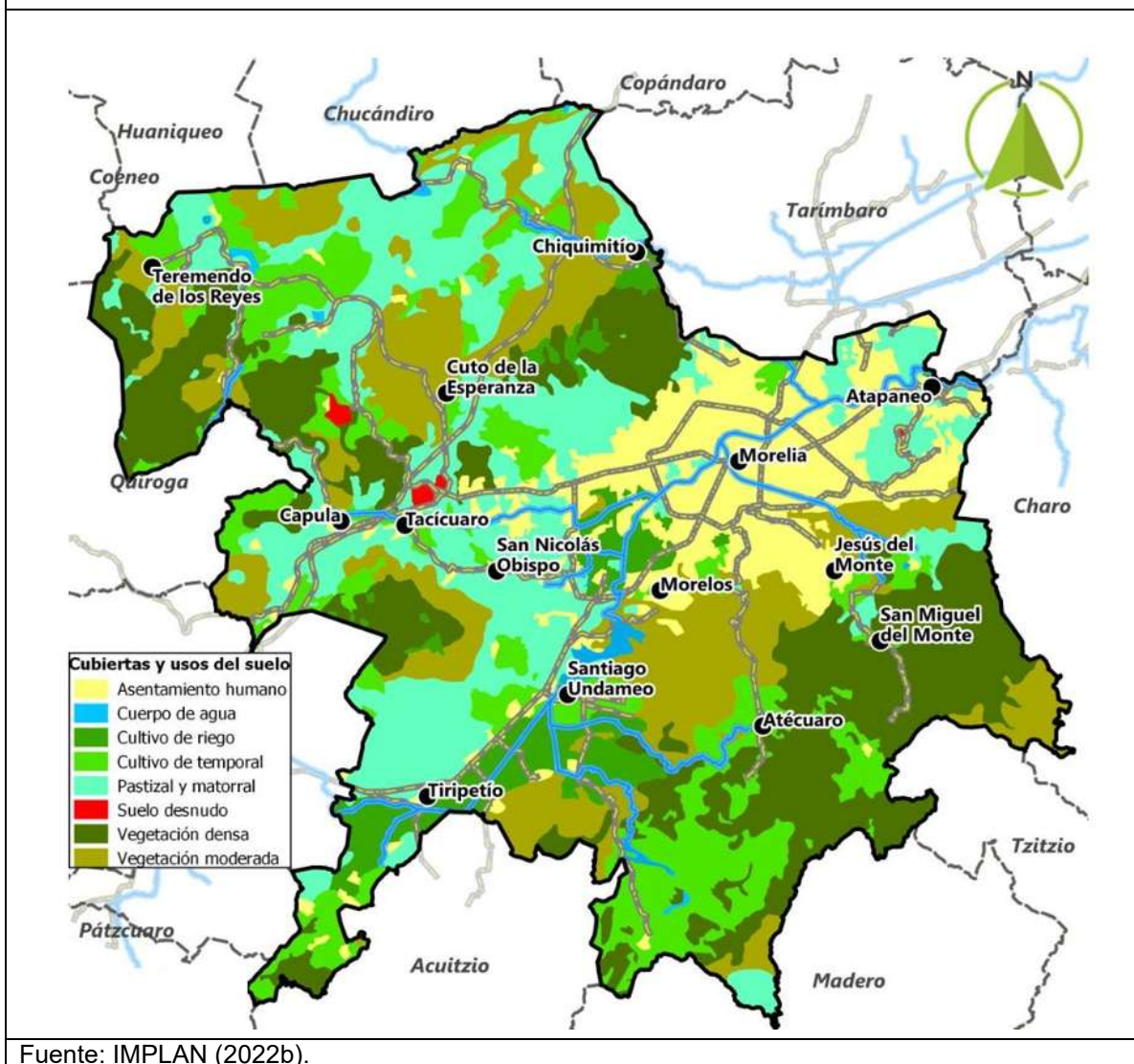
1. Atapaneo
2. Atécuaro
3. Capula

4. Cuto de la Esperanza
5. Chiquimitío
6. Jesús del Monte
7. Morelos
8. San Miguel del Monte
9. Santa María de Guido
10. San Nicolás Obispo
11. Santiago Undameo
12. Tacícuaro
13. Teremendo
14. Tiripetío

La ciudad se encuentra asentada en dos tipos de piedra, una es la "riolita", mejor conocida como "cantera" (material volcánico no consolidado) y el tepetate (material volcánico en proceso de consolidación). Morelia forma parte de la cuenca del lago de Cuitzeo, el segundo lago más grande del país, siendo sus principales ríos el Río Grande y el Río Chico, que atraviesan la ciudad con un aproximado de 25 kilómetros cada uno. La Universidad Nacional Autónoma de México caracteriza un régimen que oscila entre 700 a 1000 milímetros (mm) de precipitación anual y lluvias invernales máximas de 5 mm, además de una superficie muy accidentada del territorio municipal por el paso del Eje Neovolcánico Transversal (UNAM, 2022).

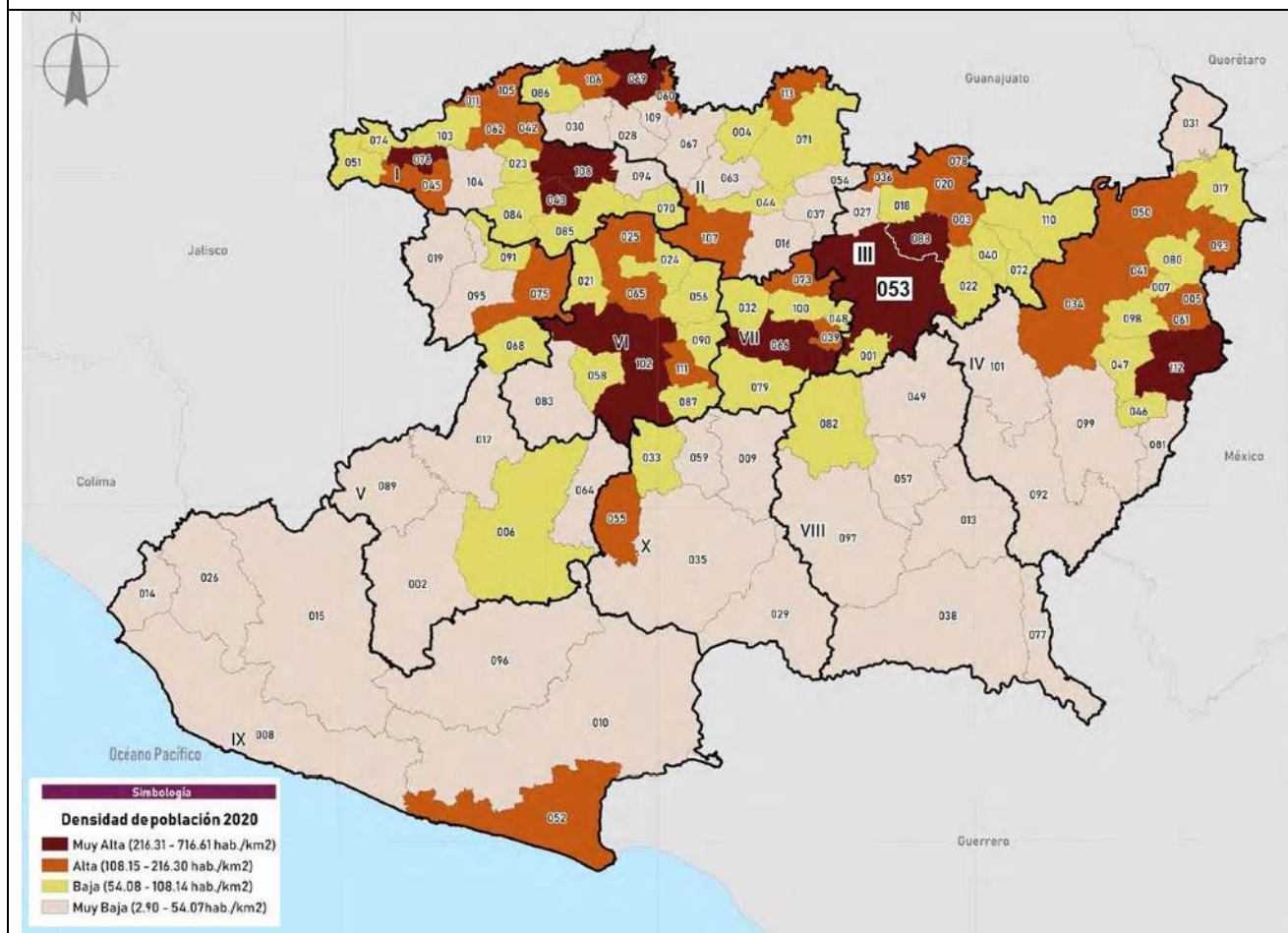
La altitud promedio es de 1,920 metros sobre el nivel del mar (msnm) y el clima predominante es templado subhúmedo con lluvias en verano. El uso de suelo fuera de la ciudad, que es asentamiento urbano, se diversifica en cultivo de riego y de temporal, vegetación densa y moderada, suelo desnudo y también pastizal y matorral (IMPLAN, 2022b) (ver Figura 4).

Figura 4. Cuerpos de agua y usos de suelo en Morelia y sus tenencias



El IPLAEM (2022) señala a Morelia como un municipio de muy alta densidad poblacional, que para 2020 resultó en 661.51 habitantes por kilómetro cuadrado (km²). Por su parte, el IMPLAN afirma que el área urbana ha incrementado casi un 35% entre el año 2010 y el 2020, con una población de 849,053 habitantes, que equivalen al 18% de la población de la Entidad; en las 14 tenencias se distribuyen poco más de 50 mil personas del total del municipio (IMPLAN, 2022) (ver Figura 5).

Figura 5. Regiones de Michoacán y densidad poblacional por municipio



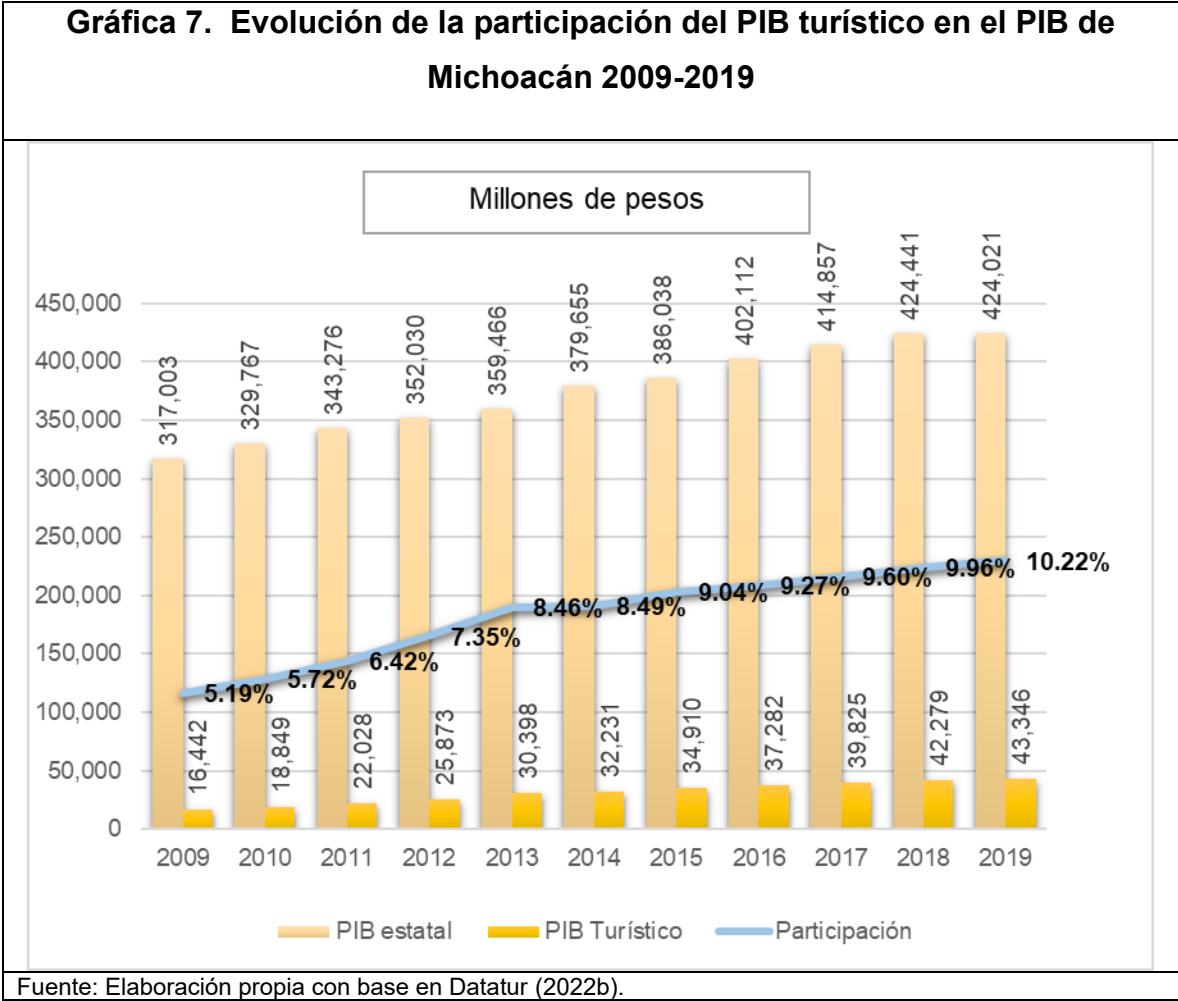
Fuente: IPLAEM (2022).

Según el IPLAEM (2022), el PIB per cápita de Morelia en 2018 fue equivalente a \$123,776.31 pesos mexicanos (MXN). La Población Económicamente Activa (PEA) es el 64.2% (55% mujeres y 45% hombres). Las unidades económicas ascienden a 41,255, las cuales se distribuyen de la siguiente forma (IMPLAN, 2022):

- a) Sector primario: 3.43%
- b) Sector secundario: 18.95%
- c) Sector terciario: 76.70%
- d) No especificado: 0.92%

2.3.2 Morelia como destino urbano patrimonial

Michoacán se posicionó en el décimo lugar por su aportación al PIB turístico de México en 2019. El PIB turístico de la entidad representó poco más del 10% del PIB estatal, lo que se ubica por encima de la media nacional que es equivalente al 8.59%, pero se comprueba que la derrama económica otorgada por la actividad turística se ha vuelto más preponderante, al grado de casi duplicar el porcentaje de 2009 a 2019, pasando de 5.19% a 10.22% respectivamente, con más de 16 mil millones de pesos en 2009 y pasando a más de 43 mil millones de pesos en el año más reciente de estudio (Datatur, 2022b) (ver Gráfica 7).



Para Michoacán y la ciudad capital, Morelia, la actividad turística tiene una gran importancia que puede revisarse en los municipios de mayor población, mismos que

aportan más del 60% del PIB estatal. Al analizar el PIB municipal y el PIB turístico, se observa una mayor afinidad a la actividad turística por parte de Morelia, Uruapan y Zamora de la que muestra el municipio de Lázaro Cárdenas, el cual tiene una importante contribución en el PIB del estado, pero se relaciona de mayor forma con el sector industrial y el comercio internacional que mueve a través del puerto, considerado uno de los más importantes de México (ver Tabla 3).

Tabla 3. Municipios con mayor población de Michoacán, PIB y PIB turístico 2019					
Municipio	Población (Censo 2020)	PIB (Millones de pesos)	Participación del PIB municipal en el PIB estatal	PIB Turístico Municipal (Millones de pesos)	Participación del PIB turístico en el PIB municipal
Morelia	849,053	145,614	34.34%	16,041	11.02%
Uruapan	356,786	40,924	9.65%	4,526	11.06%
Zamora	204,860	25,177	5.94%	2,775	11.02%
Lázaro Cárdenas	196,003	56,543	13.33%	3,277	5.80%
Resto de municipios	3,142,144	155,763	36.73%	16,726	10.74%
Michoacán	4,748,846	424,021	100%	43,346	10.22%
Fuente: Elaboración propia con base en Datatur (2022b).					

Sin embargo, al comparar con otras ciudades patrimoniales de México se observa que Guanajuato y San Miguel de Allende tienen una participación del turismo en el PIB municipal del 60% o más, sin aportar de forma importante al PIB estatal. En cambio, la ciudad de Puebla aporta con casi el 60% en su entidad, además de un PIB turístico que participa con el 15% en el PIB municipal y que duplica prácticamente al PIB turístico de Morelia (ver Tabla 4). Es posible revisar la llegada y estadía de los turistas que arribaron a estas ciudades y la relación de turistas con el número de habitantes, ya que Puebla ha presentado mayor número de turistas en 2019 con la mejor estadía de turistas residentes en México. Por su parte, la ciudad de Zacatecas cuenta con la mejor estadía de turistas no residentes en el país con 3 noches. Finalmente, la capital de Guanajuato cuenta con una relación de turistas que cuadruplica al número de habitantes (ver Tabla 5).

Tabla 4. PIB y PIB turístico de ciudades patrimoniales con participación en el PIB estatal 2019

Ciudad Patrimonial	Población (Censo 2020)	PIB Municipal (millones de pesos)	PIB Turístico (millones de pesos)	Participación del PIB turístico en el PIB municipal	Participación del PIB municipal en el PIB estatal
Campeche	294,077	12,682	3,014	23.80%	25.70%
Durango	688,697	83,711	7,872	9.40%	73.60%
Guanajuato	194,500	9,915	5,884	59.30%	6.30%
Morelia	849,053	145,614	16,041	11.00%	37.00%
Oaxaca	270,955	46,932	10,932	23.30%	38.60%
Puebla	1,692,181	208,113	31,502	15.10%	58.90%
Querétaro	1,049,777	226,387	24,435	10.80%	76.30%
San Luis Potosí	911,908	185,141	15,249	8.20%	72.20%
San Miguel de Allende	174,615	9,218	6,014	65.20%	6.50%
Zacatecas	149,607	15,901	6,349	39.90%	69.70%

Fuente: Elaboración propia con base en Datatur (2022b).

Tabla 5. Llegada y estadía en ciudades patrimoniales de México en 2019

Municipio	Población (Censo 2020)	Llegada de turistas total	Relación turistas y población	Llegada de turistas residentes en México	Llegada de turistas no residentes en México	Estadía turistas residentes en México	Estadía turistas no residentes en México
Campeche	294,077	296,347	1.01	195,721	100,626	1.7	1.4
Durango	688,697	370,451	0.54	363,527	6,924	1.6	1.1
Guanajuato	194,500	829,018	4.26	809,280	19,738	1.2	2
Morelia	849,053	768,631	0.91	669,715	98,916	2.1	2.2
Oaxaca	270,955	1,137,795	4.2	1,020,947	116,848	1.9	2.3
Puebla	1,692,181	3,053,728	1.8	2,592,985	460,743	1.9	1.9
Querétaro	1,049,777	1,307,025	1.25	1,233,402	73,623	1.9	2.6
San Luis Potosí	911,908	1,092,599	1.2	966,536	126,063	1.9	2.2
San Miguel de Allende	174,615	445,801	2.55	423,499	22,302	1.3	3.2
Zacatecas	149,607	635,239	4.25	602,879	32,360	1.7	2.5

Fuente: Elaboración propia con base en (Sectur, 2021).

Morelia, como se puede apreciar, habría contado con la llegada de 768 mil turistas, que corresponde al 91% del número de habitantes, dato que resulta ser el segundo

más bajo de la tabla, sólo por encima de Durango. Los datos mostrados han reflejado la situación en las ciudades patrimoniales de México antes de la pandemia, por lo que en 2021 se puede apreciar la recuperación que se ha presentado en cada uno de los casos (ver Tabla 6).

Tabla 6. Llegada y estadía de turistas en ciudades patrimoniales de México 2021

Municipio	Población (Censo 2020)	Llegada de turistas total	Relación turistas y población	Llegada de turistas Residentes en México	Llegada de turistas no residentes en México	Estadía de turistas residentes en México	Estadía de turistas no residentes en México
Campeche	294,077	224,330	0.76	188,251	36,079	1.5	1.6
Durango	688,697	282,691	0.41	276,342	6,349	1.5	1.9
Guanajuato	194,500	532,697	2.74	523,650	9,047	1.2	2
Morelia	849,053	554,883	0.65	501,419	53,464	1.9	2.1
Oaxaca	270,955	668,428	2.47	609,594	58,834	1.8	2.7
Puebla	1,692,181	1,332,392	0.79	1,167,203	165,189	1.7	1.7
Querétaro	1,049,777	827,723	0.79	746,846	80,877	1.9	2.2
San Luis Potosí	911,908	672,876	0.74	630,383	42,493	1.9	2.3
San Miguel de Allende	174,615	434,440	2.49	429,767	4,673	1.1	2.4
Zacatecas	149,607	355,156	2.37	331,366	23,790	1.7	1.9

Fuente: Elaboración propia con base en (Sectur, 2021).

De entre las ciudades patrimoniales de México se observa una mejor recuperación para San Miguel de Allende, puesto que la disminución en llegadas es del orden de 11 mil turistas, por ello no se ve gran diferencia en la relación entre turistas y población, aunque se observa una importante disminución en la estadía de los turistas extranjeros. La caída más dramática se ve en Puebla, donde en 2021 arribaron 1.7 millones de turistas menos que en 2019, pero aún con ello su relación entre turistas y población, equivalente al 79%, sigue superando a Morelia, que registró 0.65 en dicho cálculo, sólo por encima de Durango (ver tabla 6).

Entre 2006 y 2021 la llegada de turistas hacia Morelia ha tenido un comportamiento decreciente e inconsistente en cuanto a los datos, ya que en 2006 y 2007 el número de turistas no residentes en México se acercó a 50 mil, pero en 2009 bajó a prácticamente la mitad, lo cual continuó decreciendo hasta 2015, donde se

registraron 11,490 turistas de este tipo, pero se observa una recuperación en 2017 y 2018, que posteriormente se dispara con casi 100 mil turistas extranjeros en 2019, por lo que se generan dudas sobre la metodología del conteo. Luego, se observa la estrepitosa caída de llegadas de turistas internacionales en 2020 que se recupera en cierto grado para 2021 cuando se superaron las 53 mil llegadas internacionales (ver Tabla 7).

Tabla 7. Flujo de turistas hacia Morelia entre 2006 y 2021

Año	Llegadas de turistas			Porcentajes	
	Total	Residentes en México	No residentes en México	Residentes en México	No residentes en México
2006	742,227	692,614	49,613	93.30%	6.70%
2007	813,229	761,751	51,478	93.70%	6.30%
2008	738,348	702,112	36,236	95.10%	4.90%
2009	723,318	697,571	25,747	96.40%	3.60%
2010	816,071	795,092	20,979	97.40%	2.60%
2011	705,336	684,051	21,285	97.00%	3.00%
2012	720,550	706,234	14,316	98.00%	2.00%
2013	721,508	707,939	13,569	98.10%	1.90%
2014	749,236	735,901	13,335	98.20%	1.80%
2015	707,482	695,992	11,490	98.40%	1.60%
2016	674,137	656,617	17,520	97.40%	2.60%
2017	775,150	752,201	22,949	97.00%	3.00%
2018	698,033	676,756	21,277	97.00%	3.00%
2019	768,631	669,715	98,916	87.10%	12.90%
2020	413,532	397,169	16,363	96.00%	4.00%
2021	554,883	501,419	53,464	90.40%	9.60%

Fuente: Elaboración propia con base en Sector (2021b).

La ciudad de Morelia tiene la oportunidad de crecer económicamente a través de la actividad turística, especialmente por el reconocimiento que ostenta su centro histórico, constituido por 219 manzanas que se encuentran en un área de 3.9 km², declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad desde 1991 por los criterios ii, iv y vi que versan sobre la arquitectura, la composición del paisaje (que representa una etapa de la historia) y los eventos o tradiciones vivas, con obras artísticas de importancia universal (UNESCO, 2021) (ver Figura 6).

Edificaciones religiosas:

- Catedral metropolitana
- Parroquia de San José
- Santuario de Guadalupe
- Templo de las Rosas
- Templo de la Merced
- Templo de San Agustín
- Templo del Carmen
- Templo de la Santa Cruz
- Templo de San Francisco
- Templo de las Capuchinas
- Templo de Santa Catalina de Siena
- Templo del Señor de la Columna
- Templo de San Juan Bautista
- Rectoría de Nuestra Señora de Lourdes
- Rectoría del Señor del prendimiento

Edificios históricos:

- Colegio de San Nicolás de Hidalgo
- Conservatorio de Música de las Rosas
- Palacio de Gobierno del Estado (antiguo Seminario Tridentino)
- Palacio Clavijero (antiguo Colegio de la Compañía de Jesús)
- Biblioteca pública universitaria (antiguo templo de la Compañía de Jesús)
- Exconvento franciscano de San Buenaventura
- Exconvento de Nuestra Señora del Carmen
- Palacio Legislativo de Michoacán (antigua casa de José Ma. Anzorena)
- Palacio Federal (segundo convento de las monjas dominicas)
- Palacio Municipal del Ayuntamiento de Morelia
- Teatro Mariano Matamoros
- Teatro Melchor Ocampo
- Teatro José Rubén Romero

Museos:

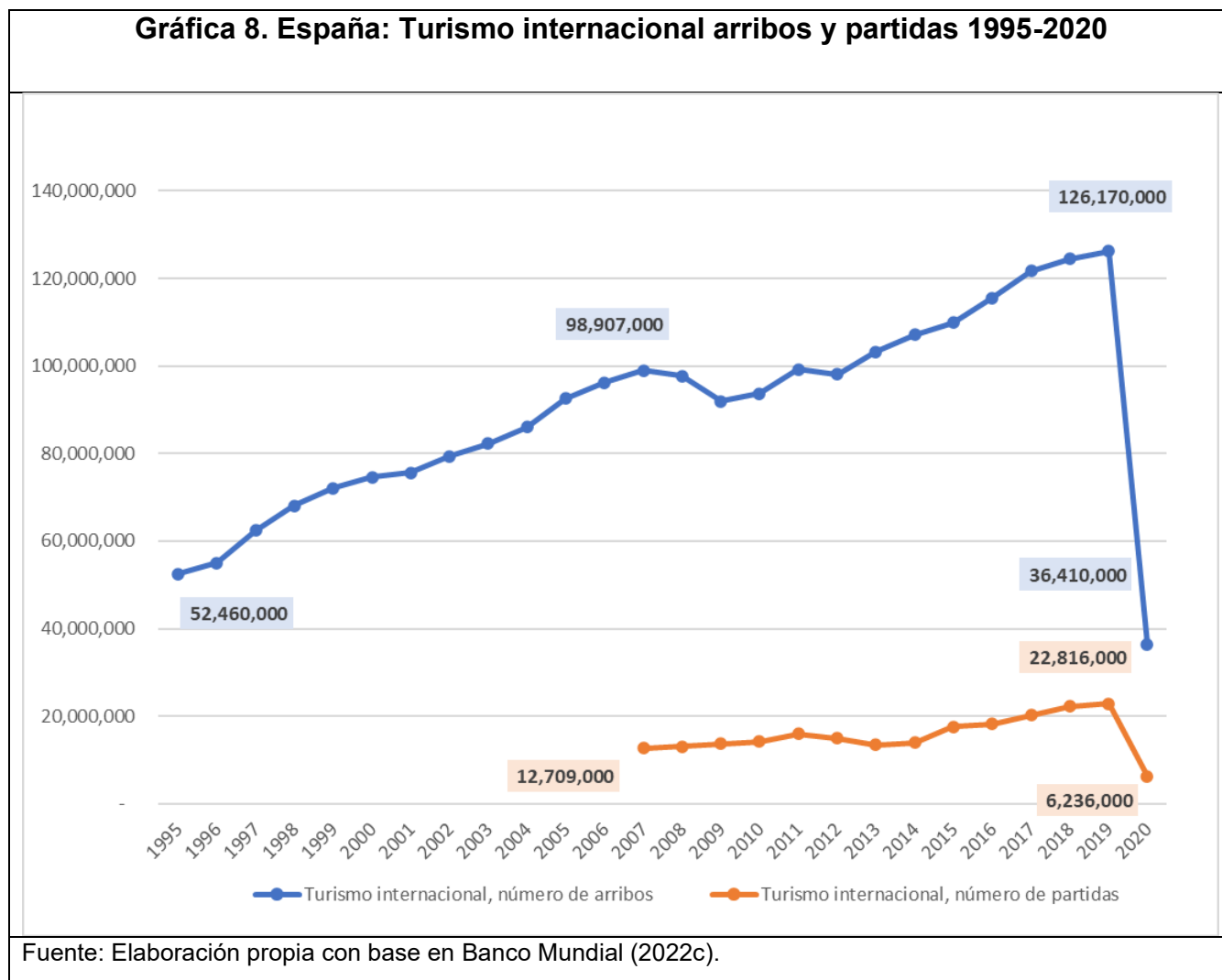
- Casa Natal de Morelos
- Casa Sitio de Morelos
- Casa Museo del Poder Judicial (antiguo Palacio de Justicia)
- Museo regional michoacano (antigua casa de Isidro Huarte)
- Museo de Arte Colonial
- Museo de la máscara (interior de la Casa de la cultura)
- Museo de Arte Contemporáneo “Alfredo Zalce”
- Museo de Historia Natural “Manuel Martínez Solórzano”
- Museo del Estado
- Museo del Dulce
- Sala Melchor Ocampo (interior del Colegio de San Nicolás)
- Pinacoteca de San Agustín (interior del Templo de San Agustín)

El patrimonio inmaterial esta dado por diversos festivales de prestigio como el Festival de Música y el Festival Internacional de Órgano, además de ser el espacio donde músicos de renombre como Miguel Bernal Jiménez y Alfonso Vega Núñez se desarrollaron musicalmente. Desde 2017 Morelia se reconoce como una de las Ciudades Creativas de la UNESCO, una red de ciudades que inició en 2004 para abonar a la innovación y la creatividad como elementos centrales hacia un desarrollo más sostenible e inclusivo, de la cual, en la actualidad forman parte casi 300 ciudades de los cinco continentes. Son siete los ámbitos que perfilan a cada ciudad miembro: artesanía y artes populares, artes digitales, diseño, cine, gastronomía, literatura y música (UNESCO, 2022b). En la capital de Michoacán se tienen cuatro orquestas sinfónicas y al primer conservatorio de música de México desde 1743, además casa de los niños cantores de Morelia: el Conservatorio de las Rosas. Compositores y músicos clásicos y folclóricos se han dado cita en la escena musical de la ciudad, desde el género clásico hasta la música que requiere el uso de nuevas tecnologías (Sistema de Información Cultural, 2022).

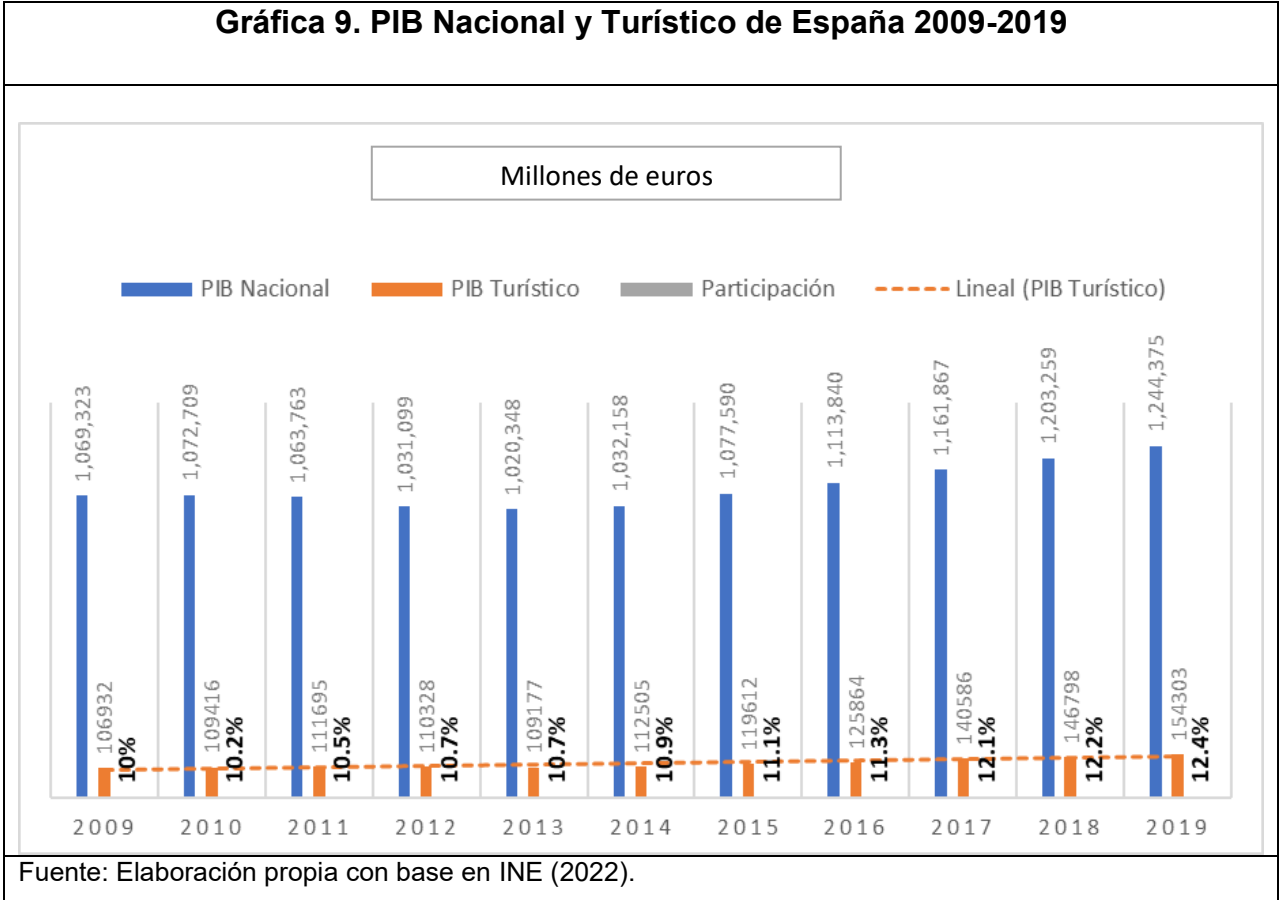
2.4. La actividad turística y el patrimonio cultural de España

El Banco Mundial (2022c) da a conocer una información referente al número de arribos y partidas compuesta a su vez, con información de la OMT, el anuario de estadísticas de turismo y el compendio de estadísticas de turismo y archivos de datos, de lo cual ha resultado, para el caso de España, que en 1995 arribaron más de 52 millones de personas, 2019 es el registro más alto con más de 126 millones de arribos y en 2020 la cantidad bajó a poco más de 36 millones de arribos. En lo que respecta a partidas, se tiene el dato desde 2007, cuando partieron 12 millones 700 mil personas, en 2019 fueron 10 millones más, pero en 2020 la cifra bajó a poco más de 6 millones de partidas (ver Gráfica 8).

Gráfica 8. España: Turismo internacional arribos y partidas 1995-2020



Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), España es el país, de los 35 miembros de la OCDE, que más contribución directa presenta para su economía, ya que en el año anterior a la pandemia de Coronavirus aportó con el 12.4%, es decir, con más de 150 mil millones de euros mostrando una tendencia alcista en el período que va de 2009 a 2019 (ver Gráfica 9) (INE, 2022a). Después de España se ubican Portugal, México, Francia, Italia y Austria por la importancia de la actividad turística en sus respectivo PIB (Hosteltur, 2022).



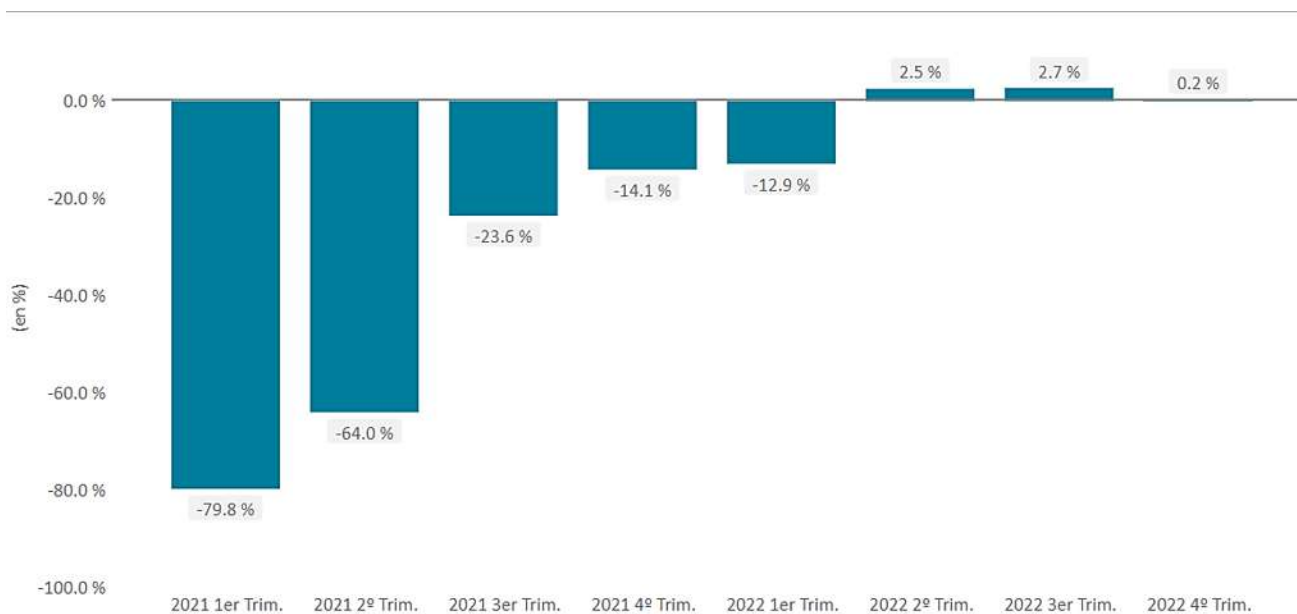
La Cámara de Comercio de España (2022) menciona que las restricciones en cuanto a viajes y turismo para mitigar el impacto de la pandemia del Covid-19 fueron devastadoras en la industria turística española. Tanto la llegada de turistas internacionales, como la ocupación hotelera y el gasto turístico, cayeron estrepitosamente en el año 2020.

La Cuenta Satélite del Turismo en España (CSTE) es una estadística que se compone de diversas cuentas y tablas, previos procesos metodológicos de la contabilidad nacional, y ubica los más certeros parámetros económicos de la actividad turística de España; de esta cuenta se extrae el PIB turístico englobando tanto los impactos directos como los impactos indirectos en otras ramas productivas. Enseguida se detallan dichas actividades que tienen relación con el PIB turístico (Cámara de Comercio de España, 2022):

- ✓ Alojamiento para visitantes en hoteles y similares
- ✓ Alojamiento para visitantes en alquileres
- ✓ Actividades de provisión de alimentos y bebidas
- ✓ Transporte de pasajeros por ferrocarril
- ✓ Transporte de pasajeros por carretera
- ✓ Transporte de pasajeros por agua
- ✓ Transporte aéreo de pasajeros
- ✓ Alquiler de equipos de transporte
- ✓ Actividades de agencias de viaje y otros servicios de reservas
- ✓ Actividades de creación, artísticas y espectáculos
- ✓ Actividades bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
- ✓ Actividades de juegos de azar y apuestas
- ✓ Actividades deportivas y recreativas

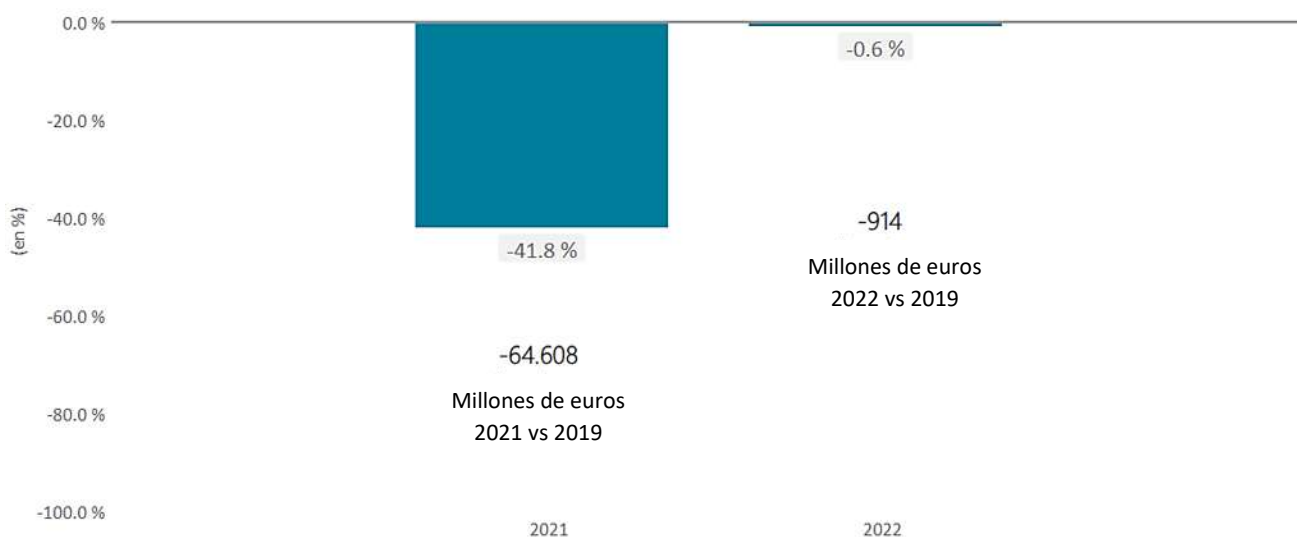
Según Exceltur (2022) el panorama para el año 2022 se vislumbra un buen desempeño en términos de ingresos por la actividad turística en España, al grado de vislumbrar la cifra de 154 mil millones de euros, que serían apenas mil millones menos que en 2019. Este escenario prevé una recuperación que se proyecta para el último trimestre del año, debido al enfriamiento económico y una correspondiente erosión del consumo turístico por parte de las familias, pero que a su vez implica una necesidad acumulada por viajar tras dos años de la contingencia y las medidas de seguridad impuestas por los gobiernos del mundo (ver Gráficas 10 y 11).

Gráfica 10. PIB turístico: Evolución trimestral con respecto a 2019



Fuente: Exceltur (2022).

Gráfica 11. PIB Turístico: evolución de 2021-2022 con respecto a 2019



Fuente: Exceltur (2022).

La regionalización en España está dada por las 17 Comunidades Autónomas (CC. AA.), cada una con su capital, además de dos ciudades autónomas: Ceuta y Melilla. Se trata del mapa político español que fue conformado a partir de los Pactos de Autonomía de 1981 y 1992, en los cuales se reconoce el derecho a la autonomía y los poderes que engloban sus funciones (Sobre España, 2022a).

Las CC. AA. son heterogéneas en muchos aspectos, algunas tienen un origen histórico más destacado que otras, algunos territorios constituyeron circunscripciones políticas muchos siglos atrás, al grado de que Cataluña, País Vasco y Galicia contaron con autonomía política durante la II República (1931-1936). La Comunidad de Castilla y León surgió de la integración de esos dos reinos medievales sin la provincia de Logroño, que pasó a ser la comunidad de La Rioja, y de Santander, que constituyó Cantabria. Lo que caracteriza a dichas comunidades es el autogobierno con que cuentan a nivel ejecutivo, legislativo y en algunos casos, judicial (Instituto Geográfico Nacional, 2022). Las CC. AA. se agrupan mediante provincias de la siguiente manera (Sobre España, 2022a) (ver Figura 7):

1. Andalucía. Compuesta por Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla. Su capital es Sevilla.
2. Aragón. La componen las provincias de Huesca, Teruel y Zaragoza. Su capital es Zaragoza.
3. Principado de Asturias. Es una de las regiones uniprovinciales de España, siendo Asturias la que conforma esta comunidad, su capital es Oviedo.
4. Islas Baleares. Comunidad uniprovincial formada por cinco islas, Cabrera, Formentera, Ibiza, Mallorca y Menorca, y varios islotes. La capital es Palma.
5. Canarias. Formada por dos provincias, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife, además de ocho islas: El Hierro, Fuerteventura, Gran Canaria, La Gomera, La Palma, Lanzarote y Tenerife, además de La Graciosa. Tiene dos capitales: Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife
6. Cantabria. Comunidad uniprovincial, cuya capital es Santander.
7. Castilla La Mancha. Integrada por Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara y Toledo, que es su capital.

8. Castilla y León. Es la región más extensa del país, conformada por Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora. En Valladolid se concentran los tres órganos superiores de la comunidad (Cortes, Presidencia y Junta) pero no es oficialmente la capital.
9. Cataluña. La forman las provincias de Barcelona, Girona, Lleida y Tarragona. Su capital regional es Barcelona.
10. Comunidad Valenciana. Se integra por Alicante, Castellón y Valencia, siendo esta última su capital.
11. Extremadura. Limita con Portugal, se ubican las provincias de Badajoz y Cáceres. Su capital regional es Mérida.
12. Galicia. La compone A Coruña, Lugo, Ourense y Pontevedra, su capital es una ciudad patrimonial: Santiago de Compostela.
13. La Rioja. Se sitúa en el valle del Ebro y es una comunidad uniprovincial, su capital es Logroño.
14. Comunidad de Madrid. Comunidad uniprovincial, que tiene como capital a Madrid, la capital de España.
15. Región de Murcia. Región uniprovincial, cuya capital es Murcia.
16. Comunidad Foral de Navarra. Uniprovincial, su capital se sitúa en Pamplona.
17. País Vasco o Euskadi. Cuenta con tres provincias: Álava, Guipuzcoa y Vizcaya, y tiene su capital en Vitoria-Gasteiz.

En cuanto a las ciudades autónomas, tanto Ceuta como Melilla se encuentran del otro lado del estrecho de Gibraltar. Ceuta, se sitúa en el extremo norte de la costa marroquí, es el punto de encuentro de dos continentes, con dos mares y cuatro culturas: cristianos, musulmanes, hebreos e hindúes (Sobre España, 2022b).

Melilla cuenta con unos 70 mil habitantes y, por sus fortificaciones del siglo XVIII, además de las Islas Chafarinas ha sido reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (Sobre España, 2022c).

Figura 7. Comunidades Autónomas de España con Ceuta y Melilla



Fuente: Grupo social ONCE (2022).

El patrimonio de España es muy vasto y con una ubicación geográfica que le permite una alta diversificación de productos turísticos, lo cual funge como la motivación principal para que más del 80% de los turistas sean procedentes del Reino Unido, Alemania y Francia. El turismo nacional se sustenta en los ciudadanos de Madrid y Cataluña, quienes realizaron más de un tercio de todos los viajes turísticos dentro de España, mientras que Andalucía, Cataluña, Castilla y León y la Comunidad Valenciana son las principales regiones receptoras (Instituto Geográfico Nacional, 2022). Se presentan a continuación las declaratorias de patrimonio inmaterial de España (UNESCO ICH, 2022b):

1. El misterio de Elche (2008)
2. La Patum de Berga (2008)
3. El Silbo Gomero, lenguaje silbado de la isla de La Gomera (2009)

4. Tribunales de regantes del Mediterráneo español: el Consejo de Hombres Buenos de la Huerta de Murcia y el Tribunal de las Aguas de la Huerta de Valencia (2009)
5. El canto de la Sibila de Mallorca (2010)
6. El flamenco (2010)
7. Los “castells” (2010)
8. La fiesta de «la Mare de Déu de la Salut» de Algemesí (2011)
9. La fiesta de los patios de Córdoba (2012)
10. La dieta mediterránea (2013)
11. Fiestas del fuego del solsticio de verano en los Pirineos (2015)
12. La fiesta de las Fallas de Valencia (2016)
13. Conocimientos y técnicas del arte de construir muros en piedra seca (2018)
14. Las tamboradas, repiques rituales de tambores (2018)
15. Procesos artesanales para la elaboración de la Talavera de Puebla y Tlaxcala (México) y de la cerámica de Talavera de la Reina y El Puente del Arzobispo (España) (2019)
16. “Los Caballos del Vino” (2020)
17. La cetrería, un patrimonio humano vivo (2021)
18. El toque manual de campanas (2022)
19. La maderada (2022)

En cuanto al Patrimonio Cultural de la Humanidad se tienen 45 ciudades, edificios o sitios españoles, de los cuales dos son mixtos, es decir que cuentan como patrimonio cultural y natural al mismo tiempo (UNESCO, 2022b):

1. Alhambra, Generalife y Albaicín de Granada (1984)
2. Catedral de Burgos (1984)
3. Centro histórico de Córdoba (1984)
4. Monasterio y sitio de El Escorial en Madrid (1984)
5. Obras de Antoni Gaudí (1984)
6. Ciudad vieja de Ávila e iglesias extramuros (1985)
7. Ciudad vieja de Santiago de Compostela (1985)

8. Ciudad vieja y acueducto de Segovia (1985)
9. Cueva de Altamira y arte rupestre paleolítico del norte de España (1985)
10. Monumentos de Oviedo y del reino de Asturias (1985)
11. Arquitectura mudéjar de Aragón (1986)
12. Ciudad histórica de Toledo (1986)
13. Ciudad vieja de Cáceres (1986)
14. Catedral, Alcázar y Archivo de Indias de Sevilla (1987)
15. Ciudad vieja de Salamanca (1988)
16. Monasterio de Poblet (1991)
17. Caminos de Santiago de Compostela: Camino francés y Caminos del Norte de España (1993)
18. Conjunto arqueológico de Mérida (1993)
19. Real Monasterio de Santa María de Guadalupe (1993)
20. Ciudad histórica fortificada de Cuenca (1996)
21. Lonja de la seda de Valencia (1996)
22. Las Médulas (1997)
23. Monasterios de San Millán de Yuso y de Suso (1997)
24. Palau de la Música Catalana y hospital de Sant Pau en Barcelona (1997)
25. Pirineos - Monte Perdido (Mixto) (1997)
26. Arte rupestre del arco mediterráneo de la Península Ibérica (1998)
27. Sitios de arte rupestre prehistórico del Valle del Côa y de Siega Verde (1998)
28. Universidad y recinto histórico de Alcalá de Henares (1998)
29. Ibiza, biodiversidad y cultura (Mixto) (1999)
30. San Cristóbal de La Laguna (1999)
31. Conjunto arqueológico de Tarragona (2000)
32. Iglesias románicas catalanas de Vall del Boí (2000)
33. Muralla romana de Lugo (2000)
34. Palmeral de Elche (2000)
35. Sitio arqueológico de Atapuerca (2000)
36. Paisaje cultural de Aranjuez (2001)
37. Conjuntos monumentales renacentistas de Úbeda y Baeza (2003)

38. Puente de Vizcaya (2006)
39. Torre de Hércules (2009)
40. El Paisaje Cultural de la Serra de Tramuntana (2011)
41. Patrimonio del mercurio (Almadén e Idria) (2012)
42. Dólmenes de Antequera (2016)
43. Ciudad califal de Medina Azahara (2018)
44. Paisaje cultural del Risco Caído y montañas sagradas de Gran Canaria (2019)
45. Paseo del Prado y el Buen Retiro, paisaje de las artes y las ciencias (2021)

Desde el año de 1993, en España se ha brindado un mantenimiento especial a los cascos históricos que se agruparon por motivo de la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad, la protección medioambiental ha sido necesaria por algunos casos donde se llegó a degradar el medio ambiente a causa de intervenciones modernas. El equilibrio entre conservación y promoción del patrimonio de carácter monumental y algunos otros problemas que se deben enfrentar cuando una configuración del pasado choca con los tiempos modernos ha sido la motivación para formar el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, integrado por Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de La Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo y Úbeda (Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, 2022).

2.4.1. Caracterización de Sevilla, España

Sevilla es la capital de la Provincia que lleva el mismo nombre y de la Comunidad Autónoma de Andalucía, misma que incluye otros destinos urbanos patrimoniales como Málaga y Granada. La historia de Sevilla se remonta a casi 3000 años atrás por lo que su patrimonio cultural, histórico y artístico es de los más abundantes, teniendo uno de los cascos antiguos más extensos de España y de Europa. Los Tartessos, una civilización del suroeste de la península Ibérica, fundaron Sevilla en torno al siglo IX antes de Cristo (a. C.), bautizándola con el nombre de Spal o Ispal y la ciudad sería ocupada años más tarde por los fenicios y los cartagineses. En el

206 a. C. las tropas romanas ocuparon la ciudad, a la que terminarían llamando Híspalis, bajo las órdenes del general Escipión el Africano, derrotando además a los cartagineses. Llegó a ser una importante ciudad comercial e industrial, de las más importantes en Hispania y en el año 49 a. C. contaba con su propio foro y muralla. Los vándalos tomaron la ciudad en el 426 después de Cristo (d. C.), teniendo como dirigente a su rey Gunderico, que enfrentó múltiples invasiones hasta que los Visigodos se asentaron, reinando Leovigildo y su hijo Recaredo (Beaire, 2022).

La ciudad destacó como centro cultural gracias a San Isidoro, autor de "Las Etimologías", una enciclopedia que recogía todo el saber de la época. En la época musulmana se conquistó Sevilla, en el 712 d. C. siendo una larga ocupación musulmana, de cinco siglos y la dinastía de los almorávides y almohades construyeron la Giralda y el Alcázar. Hacia el año 1220 los gobernadores árabes entraron en declive y Sevilla fue incorporada al Reino de Castilla en 1248, recibiendo una nueva demarcación urbana que sería corte de los Reyes Católicos hasta 1478 (Beaire, 2022).

Sevilla cuenta con un escudo de armas donde figura el rey Fernando III custodiado por los santos y obispos: Leandro e Isidoro (ver Figura 8). Adicionalmente se lee la frase NO8DO, usada por el Ayuntamiento en algunos sitios históricos de la ciudad, apuntando al argumento de que el NO8DO fungía como una divisa o empresa personal de Francisco de Villafranca, obrero mayor de la ciudad de 1437 a 1474, siendo un emblema de carácter personal, distinto a un escudo familiar o institucional, los cuales datan de finales del siglo XIV, primero entre los reyes, después entre la nobleza y se difundió al público hasta el siguiente siglo. Francisco de Villafranca colocó su empresa o divisa NO8DO en la alcantarilla sobre el río Tagarete, debajo de la imagen de la Virgen de las Madejas que ya ha desaparecido para después ser ubicado en la totalidad de sus propiedades, que por carecer de un heredero varón fueron vendidas con el NO8DO impreso. De este modo, con el nuevo cabildo Diego de Riaño, se creyó conveniente que el NO8DO apareciera en la nueva sede y así se convirtió en emblema de la ciudad (Tu guía de Sevilla, 2023).

Figura 8. Escudo de Armas de Sevilla



Fuente: Tu guía de Sevilla (2023).

La provincia de Sevilla tiene un área de poco más de 14 mil km² y está compuesta por 106 municipios, que van desde pueblos serranos, grandes pueblos palaciegos, pueblos artesanos, pueblos mineros hasta haciendas, cortijos, bosques y lagunas donde habitan casi 2 millones de personas (Diputación de Sevilla, 2023).

El catálogo elaborado por la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía refiere nueve regiones o comarcas, el municipio de Sevilla se ubica en la Comarca Metropolitana, es el número 95 alfabéticamente y se muestra en el mapa con dicho número (Imágenes totales, 2023) (ver Figura 9). Ahora bien, los 22 municipios que conforman el Área Metropolitana de Sevilla son los siguientes (Andalucía, 2023):

- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1. Alcalá de Guadaira | 12. Isla Mayor |
| 2. Almensilla | 13. La Puebla del Río |
| 3. Bormujos | 14. La Rinconada |
| 4. Camas | 15. Mairena del Aljarafe |
| 5. Castilleja de Guzmán | 16. Palomares del Río |
| 6. Castilleja de la Cuesta | 17. Salteras |
| 7. Coria del Río | 18. San Juan de Aznalfarache |
| 8. Dos Hermanas | 19. Santiponce |
| 9. Espartinas | 20. Sevilla |
| 10. Gelves | 21. Tomares |
| 11. Gines | 22. Valenciana de la Concepción |

Figura 9. Comarcas de la provincia de Sevilla y localización de Sevilla

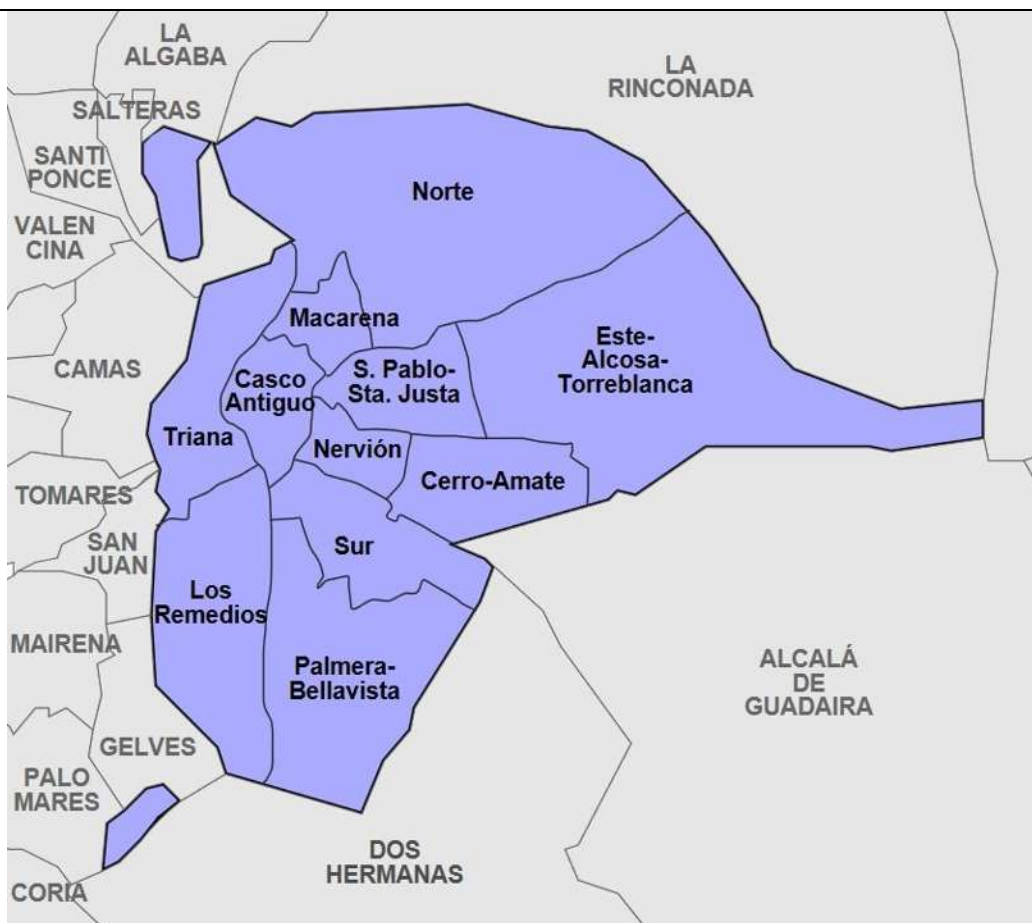


Fuente: Imágenes totales (2023).

El municipio de Sevilla tiene una extensión de 142.44 km² y colinda con 12 municipios como son Santiponce, Salteras, la Algaba, la Rinconada, Carmona, Alcalá de Guadaira, Dos Hermanas, Gelves, Palomares del Río, San Juan de Aznalfarache, Tomares y Camas (Urban Sevilla, 2023). De igual manera, el municipio se encuentra dividido en 11 distritos (ver Figura 10):

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| 1. Bellavista – La Palmera | 7. Nervión |
| 2. Casco Antiguo | 8. Norte |
| 3. Cerro – Amate | 9. San Pablo – Santa Justa |
| 4. Este – Alcosa – Torreblanca | 10. Sur |
| 5. Los Remedios | 11. Triana |
| 6. Macarena | |

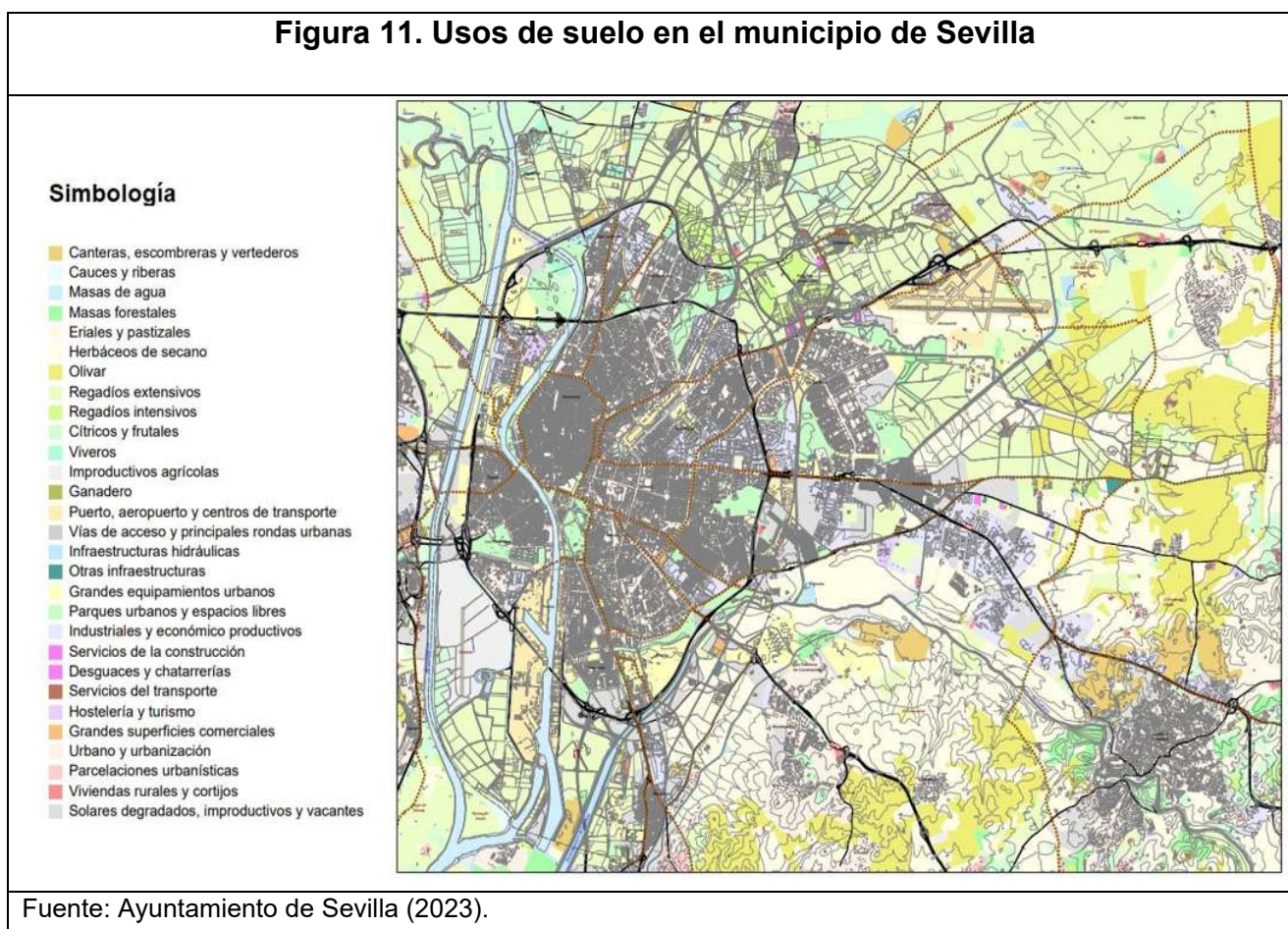
Figura 10. Distritos del municipio de Sevilla



Fuente: Urban Sevilla (2023).

Las precipitaciones anuales van de los 500 a los 600 mm y la altura promedio del municipio es de 10 msnm. El clima es mediterráneo subhúmedo – seco, con inviernos suaves y veranos secos y calurosos, los meses más fríos son diciembre y enero, sin registrar temperaturas tan bajas, entre 9 y 11°C. Los meses de julio y agosto son los meses más cálidos, con temperaturas medias de 26°C y que pueden llegar a superar los 29°C. Los usos de suelo son muy diversos y en algunos distritos se tienen actividades ganaderas y agrícolas, seguramente gracias a que el río más grande de la provincia pasa por el municipio de Sevilla, es el río Guadalquivir, que en árabe significa “gran río”, cuyo nacimiento se encuentra en Jaén y desemboca en el océano Atlántico, exactamente en Cádiz (ver Figura 11). También se suman el río Guadaira y el río Arroyo además del manantial minero - medicinal de aguas sulfatadas llamado Polveros (Diputación de Sevilla, 2023b).

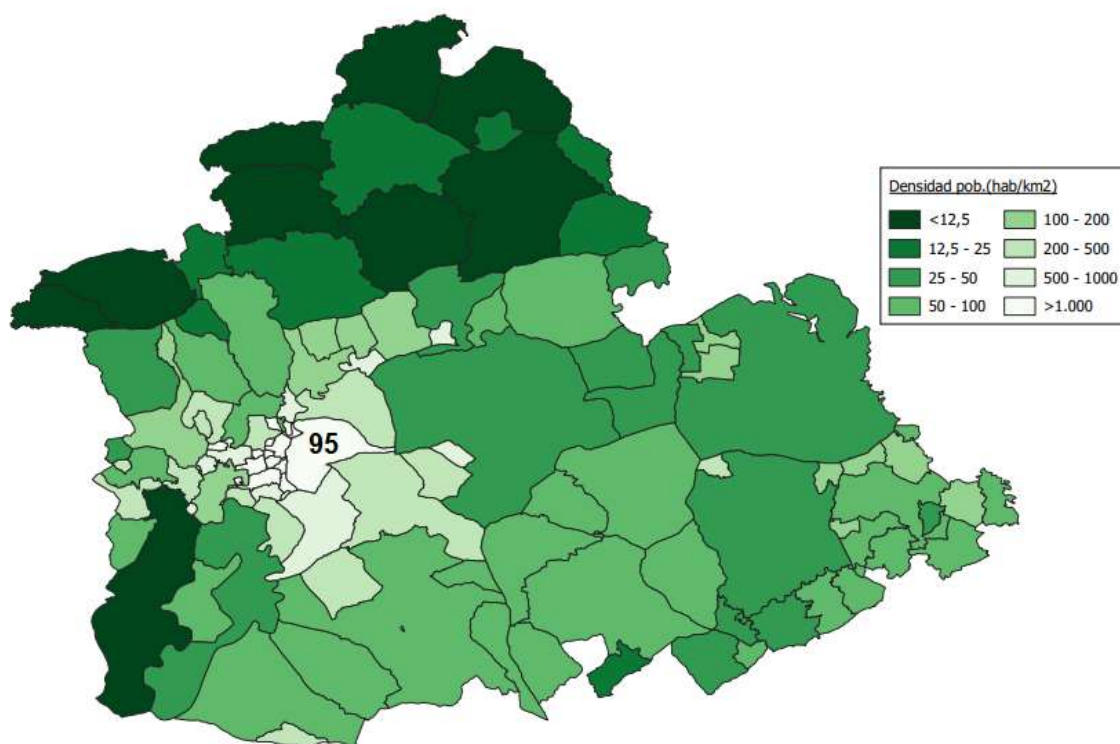
Figura 11. Usos de suelo en el municipio de Sevilla



Fuente: Ayuntamiento de Sevilla (2023).

En cuanto a la población municipal, hasta enero de 2020 se tienen 701 mil 455 habitantes, y así ha se ha mantenido desde el año 2001, excepto 2007 y 2008 en que se registraron 699 mil habitantes aproximadamente, poco más que el período que va de 2014 a 2019, cuando se tuvieron alrededor de 688 mil habitantes. A pesar de mantener casi el mismo número de habitantes desde hace más de 20 años, la densidad poblacional en el municipio de Sevilla es muy alta: 4,924.6 habitantes por km² (Ayuntamiento de Sevilla, 2023b). En la provincia de Sevilla el 59.43% de los municipios registran más de 5,000 habitantes y el resto tiene menos de 5,000 habitantes, pero en el mapa siguiente se muestra la densidad que persiste, donde se ubica al municipio de Sevilla con el número 95 (Diputación de Sevilla, 2023) (ver Figura 12).

Figura 12. Densidad de población de la provincia de Sevilla



Fuente: Diputación de Sevilla (2023c).

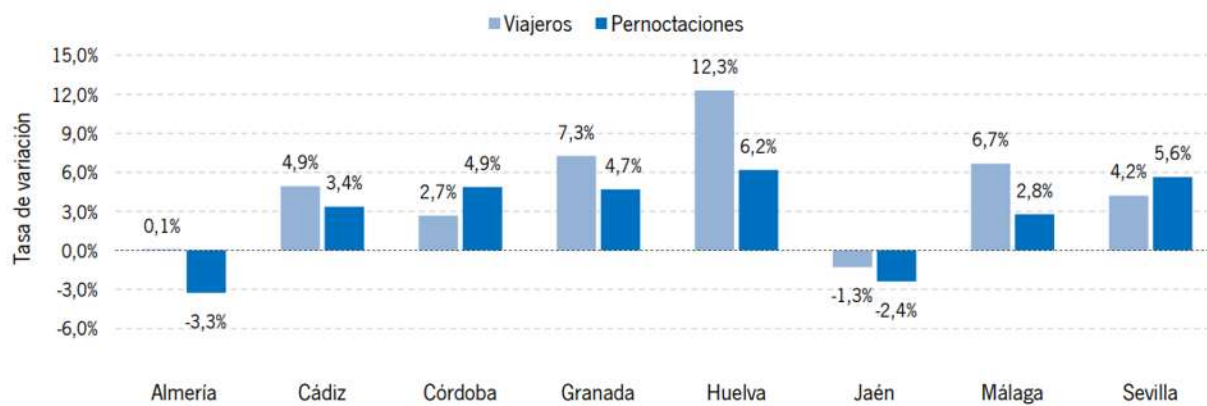
Para 2018, Según el Ayuntamiento de Sevilla (2023b), la renta media per cápita en el municipio de Sevilla fue de 11,876 euros y cerró el año 2019 con un 59.30% de PEA. Con base en el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, las actividades del sector primario no parecen tener relevancia, ya que en 2019 se contó con 48,040 establecimientos que se repartieron en las siguientes actividades económicas (Ayuntamiento de Sevilla, 2023b):

- a) Industria, energía, agua y gestión de residuos: 3.97%
- b) Construcción: 7.49%
- c) Comercio: 22.65%
- d) Transporte y almacenamiento: 5.04%
- e) Hostelería: 8.08%
- f) Información y comunicaciones: 2.41%
- g) Banca y seguros: 2.85%
- h) Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios: 47.51%

2.4.2. Sevilla como destino urbano patrimonial

El PIB de la Andalucía creció durante 2019 un 2.1%, donde los servicios representaron más del 75%, pero los ingresos por turismo en Andalucía se estimaron en 22.6 miles de millones de euros, equivalentes al 13.1% del PIB y superando la media nacional española que se ubicó en 12.4%. Durante 2019 se registraron 32.5 millones de turistas en España, un crecimiento del 5.9% respecto al año 2018 y, en el mismo sentido, el empleo turístico creció en Andalucía en un 6.3%, superando a la tasa de crecimiento de la media nacional ubicada en 2.4%, por lo que Andalucía fue la CC. AA. de mayor incremento. Málaga y Sevilla son las provincias andaluzas que cuentan con mayor porcentaje de población ocupada en actividades turísticas en 2019, con 29.8% y 20.3% respectivamente. En adición, únicamente las provincias de Córdoba y Sevilla han registrado un aumento de pernoctaciones versus viajeros a lo largo en 2019 (Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, 2023) (ver Gráfica 12).

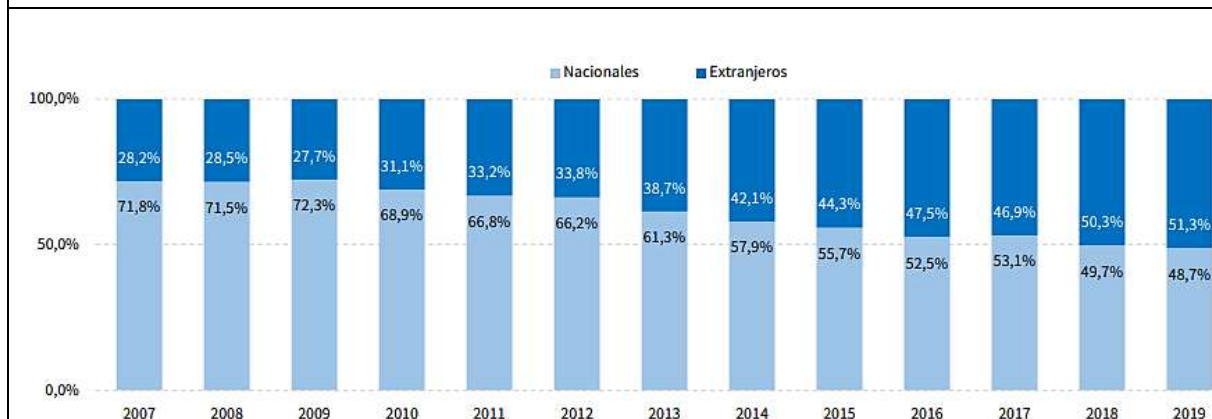
Gráfica 12. Tasas de variación de viajeros y pernoctaciones en las provincias andaluzas 2019 contra 2018



Fuente: Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (2023).

El aeropuerto de la ciudad de Sevilla ha recibido en 2019 un total de 3.75 millones de pasajeros, lo que significa un aumento del 18.3% con respecto a 2018, siendo los pasajeros internacionales un 51.3% (ver Gráfica 13). Destacan los incrementos procedentes de Francia (18.5%), Italia (18.7%), Reino Unido (28%) y el más notorio es el correspondiente a Portugal (41.4%). En cuando a llegadas nacionales, el mayor porcentaje proviene de Cataluña, que superó los 521 mil pasajeros para este aeropuerto de un total de 1.3 millones de catalanes que llegaron a los aeropuertos de Andalucía. Al aeropuerto de Málaga llegaron 9.88 millones de pasajeros, pero desde el año 2008 Sevilla se ha ubicado como el principal aeropuerto de la comunidad andaluza en lo que a pasajeros de aeropuertos españoles se refiere, ya que para 2019 representaron el 42.9% de las llegadas, mientras que el aeropuerto malagueño registró el 34.3%. Después siguen en importancia los aeropuertos de Granada-Jaén, de Almería y de Jerez de la Frontera (Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, 2023).

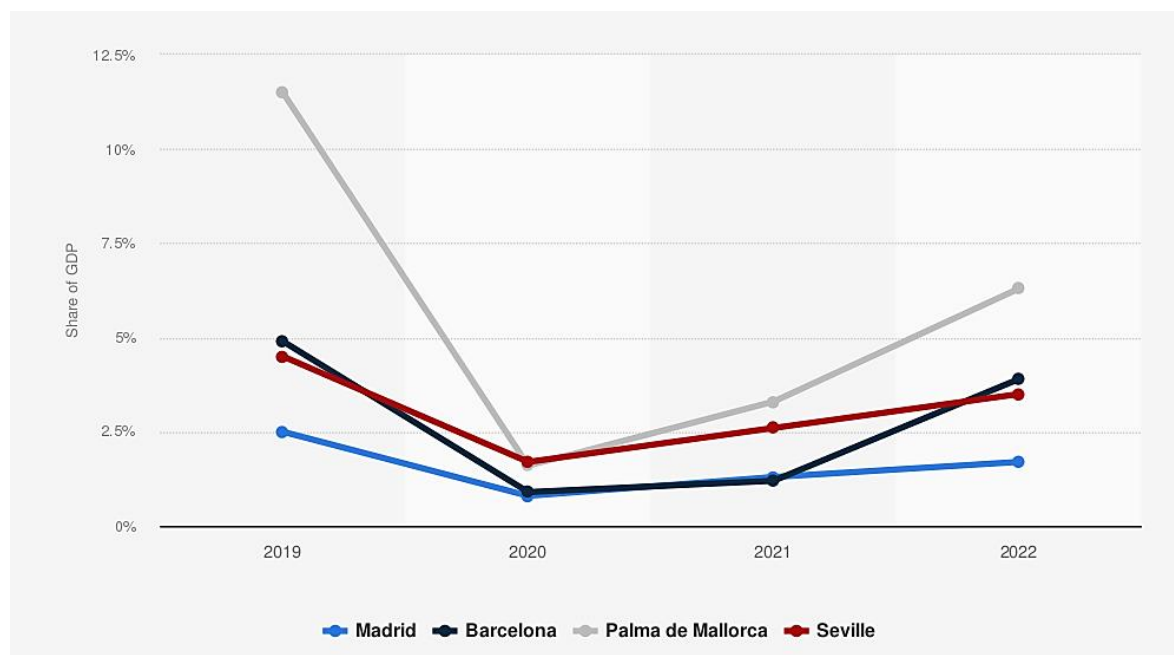
Gráfica 13. Porcentaje de llegadas al aeropuerto de Sevilla 2007-2019



Fuente: Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (2023).

El desempeño de la actividad turística en Sevilla ha sido por demás interesante, pues a pesar de la pandemia causada por el virus SARS-COV 2 se mantuvo como una de las ciudades de mayor preferencia por los turistas nacionales e internacionales. Su contribución al PIB municipal se situó antes y después de la contingencia alrededor del 2% por encima de lo presentado por Madrid y aproximadamente 0.5% por debajo de lo referente a Barcelona, pero con un menor declive que la capital catalana en el año 2020 (ver Gráfica 14). Ahora bien, por encima de los 3 destinos urbanos mencionados se encuentra Palma de Mallorca, un destino de sol y playa muy posicionado en España, el cual es más dependiente de la actividad turística. La aportación por parte del sector turismo para el caso de Madrid en 2019 fue de 6.2 mil millones de euros y en 2022 fue de 4.7 mil millones de euros; el caso de Barcelona fue de 8.1 mil millones de euros y 6.9 mil millones de euros para los mismos años; finalmente, para Sevilla se tuvieron 1.57 mil millones de euros en 2019 y 1.3 mil millones de euros en 2022 (World Travel & Tourism Council, 2023).

Gráfica 14. Contribución del turismo al PIB de ciudades españolas seleccionadas 2019-2022



Fuente: Statista (2023).

Según el Ranking de competitividad turística por ciudades (URBANTUR) que realizó Exceltur en el año 2022, Sevilla se encuentra en quinto lugar de entre los 22 principales destinos urbanos españoles. Dicho ranking se compone de 6 pilares:

- 1) Capacidad de atracción de la oferta de productos de ocio.
- 2) Capacidad de atracción de la oferta de productos de negocios.
- 3) Condicionantes competitivos del entorno urbano y de la vida local.
- 4) Accesibilidad y movilidad
- 5) Gobernanza y gestión estratégica.
- 6) Desempeño, resultados económicos y sociales.

Para el caso de Sevilla resalta el *atractivo de los grandes íconos de turismo cultural* del primer pilar, del tercer pilar el indicador denominado *dotación de zonas wifi de acceso gratuito*, así como el indicador *apuesta por la movilidad peatonal y vocación turística de la red de transporte público* del pilar número 4. Finalmente, el pilar más

alto para Sevilla es el número 5, donde la *existencia y consistencia de una visión estratégica del turismo* y el *esfuerzo presupuestario municipal a favor del turismo* son muy notables (Exceltur, 2023a) (ver Tabla 8).

Tabla 8. Ranking de competitividad turística 2022 contra 2016							
INDICADOR GLOBAL							
	RANKING 2022	RANKING 2016	vs 2016	ÍNDICE. MEDIA = 100 2022	2016	vs. 2016	
Madrid	1	2	▲	138,6	138,0		0,6
Barcelona	2	1	▼	136,0	145,8		-9,8
Valencia	3	3	-	113,5	108,2		5,3
San Sebastián	4	4	-	107,0	104,5		2,5
Sevilla	5	6	▲	106,8	102,2		4,6
Palma de Mallorca	6	7	▲	106,7	101,5		5,2
Málaga	7	5	▼	101,4	103,0		-1,6
Bilbao	8	8	-	99,2	99,2		0,1
Santiago de Compostela	9	9	-	98,3	96,4		1,8
Las Palmas de Gran Canaria	10	11	▲	97,7	96,2		1,6
Valladolid	11	12	▲	95,9	95,6		0,2
Gijón	12	10	▼	95,1	96,3		-1,1
Córdoba	13	14	▲	94,1	95,3		-1,2
Zaragoza	14	13	▼	94,0	95,5		-1,5
Santander	15	15	-	92,4	95,2		-2,8
Granada	16	16	-	90,9	91,6		-0,8
Salamanca	17	17	-	90,5	91,5		-0,9
La Coruña	18	20	▲	90,2	88,8		1,5
Alicante	19	18	▼	89,7	91,3		-1,6
Murcia	20	19	▼	88,7	89,5		-0,8
Burgos	21	21	-	86,3	87,7		-1,4
León	22	22	-	86,1	85,8		0,3

Fuente: Exceltur (2023b).

A continuación, se realiza una selección de ciudades a partir de la tabla anterior desagregando los casos de grandes ciudades como son Barcelona y Madrid, igual que los destinos de sol y playa como Palma de Mallorca y Las Palmas de Gran Canaria, así como otras ciudades que presentan menor población que Santiago de Compostela, la cual ya presenta menos de 100 mil habitantes. Se eligen finalmente 11 ciudades y se muestra la población para calcular la relación entre turistas y

población en 2019, antes de la pandemia por COVID 19, en la cual llama la atención Granada, ya que recibió 8 veces más turistas que habitantes en el año de estudio, muy similar a Santiago de Compostela, pero muy distintas en población. Vienen después las ciudades de Salamanca, cuya población es de las menores de la selección, y Sevilla, que mostró 4.1 veces más turistas que residentes en el mismo año 2019. En cuanto a la estancia media de los turistas residentes en España, en ningún caso se llegó a las 2 noches, pero para turistas residentes en el extranjero se puede ver a Alicante muy por encima de la lista con 3.3, seguido de Valencia; esto puede deberse a la doble vocación de dichas ciudades: sol y playa y cultural. En tercer lugar, aparece Sevilla con 2.3 noches de estadía media en 2019 (INE, 2022b) (ver Tabla 9).

Tabla 9. Llegada y estadía de turistas en ciudades patrimoniales de España 2019

Municipio	Población (Censo 2021)	Llegada de turistas total	Relación turistas y población	Llegada de turistas Residentes en España	Llegada de turistas no residentes en España	Estadía de turistas residentes en España	Estadía de turistas no residentes en España
Alicante	338,768	814,798	2.4	451,296	363,502	1.7	3.3
Burgos	174,154	479,605	2.8	314,534	165,071	1.6	1.4
Córdoba	322,327	970,986	3.0	521,672	449,314	1.7	1.6
Santiago de Compostela	97,798	790,240	8.1	430,770	359,470	1.9	1.8
Granada	233,680	2,001,461	8.6	901,413	1,100,048	1.8	1.8
Málaga	578,063	1,413,227	2.4	539,295	873,932	1.8	2.1
Murcia	459,778	483,405	1.1	385,489	97,916	1.5	2.0
Salamanca	143,549	711,736	5.0	472,386	239,350	1.7	1.6
Sevilla	684,340	2,811,352	4.1	1,180,906	1,630,446	1.8	2.3
Valencia	788,842	1,882,916	2.4	826,933	1,055,983	1.8	2.7
Zaragoza	681,430	1,176,983	1.7	801,168	375,815	1.7	1.7

Fuente: Elaboración propia con base en INE (2022b); INE (2023).

Para el año 2021, cuando se reestablecía la actividad turística, la relación entre turistas y población la siguió liderando Santiago de Compostela, pero con un valor de 5.1. Sevilla cayó a la mitad de esta misma relación puesto que presentó la mitad de las llegadas del 2019 y en cuanto a la estancia media de turistas no residentes en España, continuaron arriba Alicante y Valencia, pero el tercer lugar lo ocupó

Málaga, por lo que Sevilla se ubicó en cuarto lugar, con la misma estancia media de 2.3 que se había observado dos años atrás (INE, 2022b) (ver Tabla 10).

Tabla 10. Llegada y estadía de turistas en ciudades patrimoniales de España 2021

Municipio	Población (Censo 2021)	Llegada de turistas total	Relación turistas y población	Llegada de turistas Residentes en España	Llegada de turistas no residentes en España	Estadía de turistas residentes en España	Estadía de turistas no residentes en España
Alicante	338,768	569,488	1.7	363,502	205,986	1.9	2.7
Burgos	174,154	295,796	1.7	229,613	66,183	1.6	1.4
Córdoba	322,327	495,367	1.5	358,199	137,168	1.7	1.7
Santiago de Compostela	97,798	499,284	5.1	375,480	123,804	1.9	1.7
Granada	233,680	872,772	3.7	617,222	255,550	1.9	2.0
Málaga	578,063	824,309	1.4	482,009	342,300	2.0	2.4
Murcia	459,778	315,857	0.7	262,086	53,771	1.5	1.8
Salamanca	143,549	401,918	2.8	319,934	81,984	1.7	1.5
Sevilla	684,340	1,463,983	2.1	950,868	513,115	1.8	2.3
Valencia	788,842	1,164,904	1.5	680,202	484,702	1.9	2.8
Zaragoza	681,430	672,536	1.0	543,452	129,084	1.7	1.9

Fuente: Elaboración propia con base en INE (2022b); INE (2023).

Para el caso específico de Sevilla, desde 2011 se ha posicionado el porcentaje de turistas extranjeros sobre los turistas nacionales; una tendencia creciente hasta 2020 (ver Tabla 11). Los 2 millones de turistas anuales se hacen visibles a partir de 2014 y esto demuestra un trabajo de fondo por parte de los diversos actores de la actividad turística en Sevilla, la priorización del sector, la movilidad y la gobernanza que demuestra el Ranking de URBANTUR son determinantes para lograr este número de turistas a pesar de encontrarse alejada de Madrid y más aún de Barcelona, como las dos grandes e icónicas ciudades españolas. En todo caso, Andalucía cuenta con puntos turísticos de mucho peso como son Córdoba, Granada y Málaga que en conjunto llaman la atención del turista cultural informado de lo relevante que ha sido históricamente toda la CC. AA.

Tabla 11. Flujo de turistas hacia Sevilla 2006-2021					
	Llegada de turistas			Porcentajes	
Año	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Residentes en España	Residentes en el extranjero
2006	1,865,230	986,807	878,423	52.9%	47.1%
2007	1,840,141	975,018	865,123	53.0%	47.0%
2008	1,729,940	921,559	808,381	53.3%	46.7%
2009	1,665,199	925,359	739,840	55.6%	44.4%
2010	1,778,972	914,965	864,007	51.4%	48.6%
2011	1,910,228	944,356	965,872	49.4%	50.6%
2012	1,875,375	884,016	991,359	47.1%	52.9%
2013	1,917,223	881,958	1,035,265	46.0%	54.0%
2014	2,079,142	997,527	1,081,615	48.0%	52.0%
2015	2,320,078	1,094,854	1,225,224	47.2%	52.8%
2016	2,534,961	1,170,135	1,364,826	46.2%	53.8%
2017	2,615,697	1,117,325	1,498,372	42.7%	57.3%
2018	2,677,033	1,144,555	1,532,478	42.8%	57.2%
2019	2,811,352	1,180,906	1,630,446	42.0%	58.0%
2020	853,459	520,015	333,444	60.9%	39.1%
2021	1,463,983	950,868	513,115	65.0%	35.0%
Fuente: Elaboración propia con base en INE (2022b).					

El Casco Antiguo de Sevilla cuenta con un área de 4.23 km² y está considerado como de los más grandes de Europa (ver Figura 13) (Ayuntamiento de Sevilla, 2023b). Sevilla ha evolucionado en sus indicadores de la actividad turística, pero también se ha incorporado desde 2021 al proyecto de DTI que promueve la SEGITTUR de la SETUR de España, lo cual da consistencia a iniciativas como (SEGITTUR, 2023):

- ✓ El lanzamiento de la Sevilla *Smart Tourism Office* en 2021.
- ✓ La puesta en marcha del Laboratorio de Turismo Urbano Sostenible.
- ✓ El desarrollo de un Sistema de Inteligencia Turística.
- ✓ La creación del proyecto de gestión de flujos turísticos.
- ✓ Los acuerdos de colaboración con las universidades para el Plan de Acción en aras de la conversión a DTI.

Figura 13. Casco Antiguo de Sevilla



Fuente: Andalucía Maps (2023).

El Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO está reconocido desde 1987 por los criterios i, ii, iii y vi: Catedral, Alcázar y Archivo de Indias, los cuales conforman un conjunto monumental admirable, testimonio excepcional de la civilización almohade y de la Sevilla cristiana (UNESCO, 2023). Sevilla cuenta con gran cantidad de atractivos culturales, así como la mezcla arquitectónica que cuenta el pasar de los siglos por las culturas que predominaron en distintas épocas. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España en conjunto con la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla dan a conocer los puntos más importantes a visitar (Urbanismo de Sevilla, 2023):

- La Giralda
- Setas de la Encarnación
- Plaza de toros de la Real Maestranza de Sevilla
- La Torre del Oro
- Plaza del Cabildo
- El Puente de Isabel II o Puente de Triana
- Alameda de Hércules
- Jardines del Prado de San Sebastián
- Jardines de Murillo
- Jardines de Catalina de Ribera
- Jardines de la Caridad
- Panteón de los Sevillanos Ilustres

Edificaciones religiosas:

- Catedral de Sevilla
- Conjunto Monumental de San Luis de los franceses
- La iglesia Colegial del Divino Salvador
- Iglesia de Santa María la Blanca
- Basílica de la Macarena
- Real Parroquia de Santa María Magdalena
- Iglesia de San Bartolomé
- Basílica de Jesús del Gran Poder

- Real Parroquia de Omnium Sanctorum
- Parroquia de San Vicente Mártir
- Convento de Madre de Dios
- Parroquia San Isidoro
- Convento Santa María de Jesús
- Iglesia de San Ildefonso
- Convento San Leandro
- Parroquia de San Pedro Apóstol
- Convento de Santa Inés
- Iglesia de la Anunciación
- Iglesia de San Esteban protomártir

Edificios históricos:

- Real Alcázar
- El Archivo General de Indias
- Palacio de San Telmo
- Casa de Pilatos
- Palacio de las Dueñas
- Palacio de Altamira

Museos:

- Antiquarium
- Palacio de la Condesa de Lebrija
- Museo de Bellas Artes
- Hospital Los Venerables
- Museo del Baile Flamenco
- Museo de las Ilusiones
- Museo del Santo Ángel
- Casa de la Ciencia
- Museo Naval de Torre del Oro
- Casa de Salinas
- Casa Fabiola

En cuanto a patrimonio intangible es ineludible hacer mención de que Sevilla es una Ciudad Creativa de la Música por la UNESCO desde 2006 y esto se debe a la diversidad de conciertos, festivales y ciclos musicales que van desde el flamenco, el jazz, la música contemporánea, rock y otros muchos. Sevilla, en realidad, se ostenta como la cuna del flamenco, además de ser lugar de nacimiento de compositores y artistas de mucho reconocimiento en este tipo de arte. La cuenta con cuatro teatros de gran aforo, cinco orquestas y seis conservatorios. Aunado a lo anterior, la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla realiza giras por el continente europeo y otras partes del mundo. Para culminar, en la capital de Andalucía se han elaborado cítaras, trompetas, flautas y laúdes de manera tradicional y a lo largo de su historia por la influencia de las distintas culturas, siendo la guitarra española el principal instrumento fabricado (Sevilla city centre, 2023).

Capítulo III. Marco teórico

En este capítulo se abordan las formas y modalidades de turismo, así como la diversidad de ventajas que proporciona a la economía de una ciudad y sus habitantes, a través del proceso multiplicador del turismo, por ejemplo. Se incluyen temáticas como la gestión del turismo y el ciclo de vida de los destinos turísticos, necesarios para identificar la necesidad de trascender hacia la inteligencia territorial y el turismo inteligente. Lo anterior es esencial para conducir la investigación hacia la revisión y definición de los componentes del turismo inteligente: gobernanza, sostenibilidad, innovación, tecnología y accesibilidad. El capítulo cierra con el estado del arte por autor, hipótesis y conclusiones.

3.1 Tipos de turismo y beneficios económicos de la actividad turística

3.1.1 Modalidades de turismo y destinos turísticos

El turismo viene a ser un fenómeno social, cultural y económico que implica un desplazamiento de personas residentes de una ciudad o lugar hacia afuera de su entorno habitual, ya sea por motivación personal, de trabajo o por formación profesional. Estas personas son llamados viajeros, que a su vez pueden ser turistas o excursionistas, y se incluyen actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT, 2023). Ahora bien, el turista es el visitante que pernocta al menos una noche, pudiendo ser residente del mismo país donde se genera un gasto turístico (turista interno), pero también quien no reside en el país donde está generando un gasto turístico (turista receptor) o el que efectúa un viaje a un país distinto al de su residencia (turista emisor). De esta manera, un visitante que no pernocta es llamado excursionista. Existen tres formas básicas de turismo, y posteriormente diversas modalidades de turismo (OMT, 2023) (ver Tabla 12):

- Turismo interior. Se refiere al turista interno y receptor implicando el gasto turístico que residentes y no residentes realizan durante sus viajes turísticos internos o internacionales.
- Turismo nacional. Este segmento abarca el turismo interno y el turismo emisor, es decir, el gasto turístico de los residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.
- Turismo internacional. Es donde se encuentra el turismo receptor y el turismo emisor: los viajes turísticos receptores de los no residentes y los viajes emisores de los residentes que salen de su país, con el gasto turístico generado en ambos casos.

Tabla 12. Modalidades de turismo en base a factores de motivación

Turismo de aventura	Referido a destinos con cierta geografía y paisajes donde se da una interacción y cercanía con la naturaleza. Se puede asociar con una actividad física e implicar algún tipo de riesgo, ya que exige un esfuerzo físico y/o mental
Turismo costero, marítimo y de aguas interiores	Actividades como la natación, el surf, tomar el sol, que se realizan a orillas de un mar, un lago o un río. Los cruceros, yates y los deportes náuticos implican una serie de servicios e infraestructuras en tierra
Turismo cultural	La esencia es aprender y experimentar los atractivos y productos culturales, materiales e inmateriales. Contienen elementos intelectuales, espirituales y emocionales que caracterizan a una sociedad. Se engloban las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, y otras expresiones del destino
Turismo deportivo	El turista puede ser un espectador o participar como tal en un evento deportivo que lleva consigo actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva. Motociclismo, automóviles deportivos o super autos, ciclismo, atletismo, tennis o golf
Turismo de negocios	Los visitantes y turistas viajan por un tema profesional y/o de negocio a una localidad fuera de su residencia para realizar actividades en el marco de eventos, congresos o convenciones. Las motivaciones del turismo de negocios son las reuniones

Turismo rural	Se desarrolla en entornos no urbanos (rurales) donde normalmente se tiene baja densidad demográfica, prevalecen actividades como ganadería, agricultura y silvicultura, además de estructuras sociales tradicionales que pueden caracterizar a grupos originarios
Turismo gastronómico	Experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras; se puede enlazar a la interacción y contacto con productores locales, festivales gastronómicos y clases de cocina. El enoturismo sería un subtipo de turismo gastronómico
Turismo de salud	Engloba al turismo de bienestar, que aspira a mejorar y equilibrar cuestiones vitales desde el plano mental, emocional, intelectual o espiritual; y al turismo médico, que es la búsqueda de servicios de curación médica desde el diagnóstico hasta la rehabilitación
Turismo de montaña	En colinas o montañas, con atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad y una comunidad local. Implica un plan elaborado con precisión por los organizadores, más aún en términos de ingeniería de seguridad
Turismo urbano	Tiene lugar en un espacio urbano, caracterizado por una economía basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios. Estos destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos turísticos
Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2023).	

El turismo urbano se puede relacionar con el turismo cultural, donde se ubican ciudades como Londres, París o Venecia, catalogadas como destinos de interior al carecer de costa, pero con gran atractivo para turistas más cultos que suelen saturar los sitios de interés y llegan a superar la capacidad de carga generando molestias a muchos residentes (Judd, 2003; Fox Gotham, 2007 citados en Hiernaux & González, 2015). Este tipo de destinos se posicionaron después de la era del fordismo, fundamentados en sol y playa, y que después se complementaron en el caso mexicano para evolucionar a Centro Integralmente Planeado (CIP). Para culminar, la definición de destino turístico (OMT, 2023):

“Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación

(en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado”.

3.1.2 Impacto económico de la actividad turística según Fletcher

En la industria del turismo se ofrece al turista un aprovechamiento de un entorno y cultura determinadas a cambio de ganancias en divisas (en el caso de turismo internacional), ingresos directos y puestos de trabajo. A pesar de que el turismo se basa más en servicios que en manufacturas, el gasto turístico realiza una transacción del turista internacional en forma de exportación invisible desde el país anfitrión. Es decir, el turismo interno pasa a ser un sustituto de importación si elige realizar viajes al extranjero y una exportación de una región a otra dentro de la economía nacional, lo que distribuye además el ingreso cuando el gasto del turista que proviene de grandes áreas urbanas es realizado en zonas costeras o rurales con menor población (Fletcher, 2018).

El turismo es la mayor industria del sector terciario y se puede afirmar que, en los países en vías de desarrollo, el turismo llega a contribuir con más del 40 % del PIB, mientras que en economías industrializadas llega a representar aproximadamente el 15%, como pueden ser casos europeos o EE. UU. Los turistas requieren una amplia variedad de bienes y servicios como es el alojamiento, los alimentos y bebidas, el transporte, servicios de entretenimiento, bienes en pequeñas tiendas o mercados locales, además de productos y servicios turísticos. Estos ingresos son una demanda en la economía anfitriona, fuera del área de la economía local, pero es así como el turista internacional hace un gasto en una economía ajena a su país de residencia. Con respecto a lo anterior, el valor total del gasto de todos los turistas puede ser parcial y, a veces, engañoso, por lo que una evaluación completa del impacto económico debería tener en cuenta aspectos como (Fletcher, 2018):

- Gastos fuera de la economía local, las llamadas fugas;
- Efectos indirectos e inducidos; y
- Costos de oportunidad y desplazamiento.

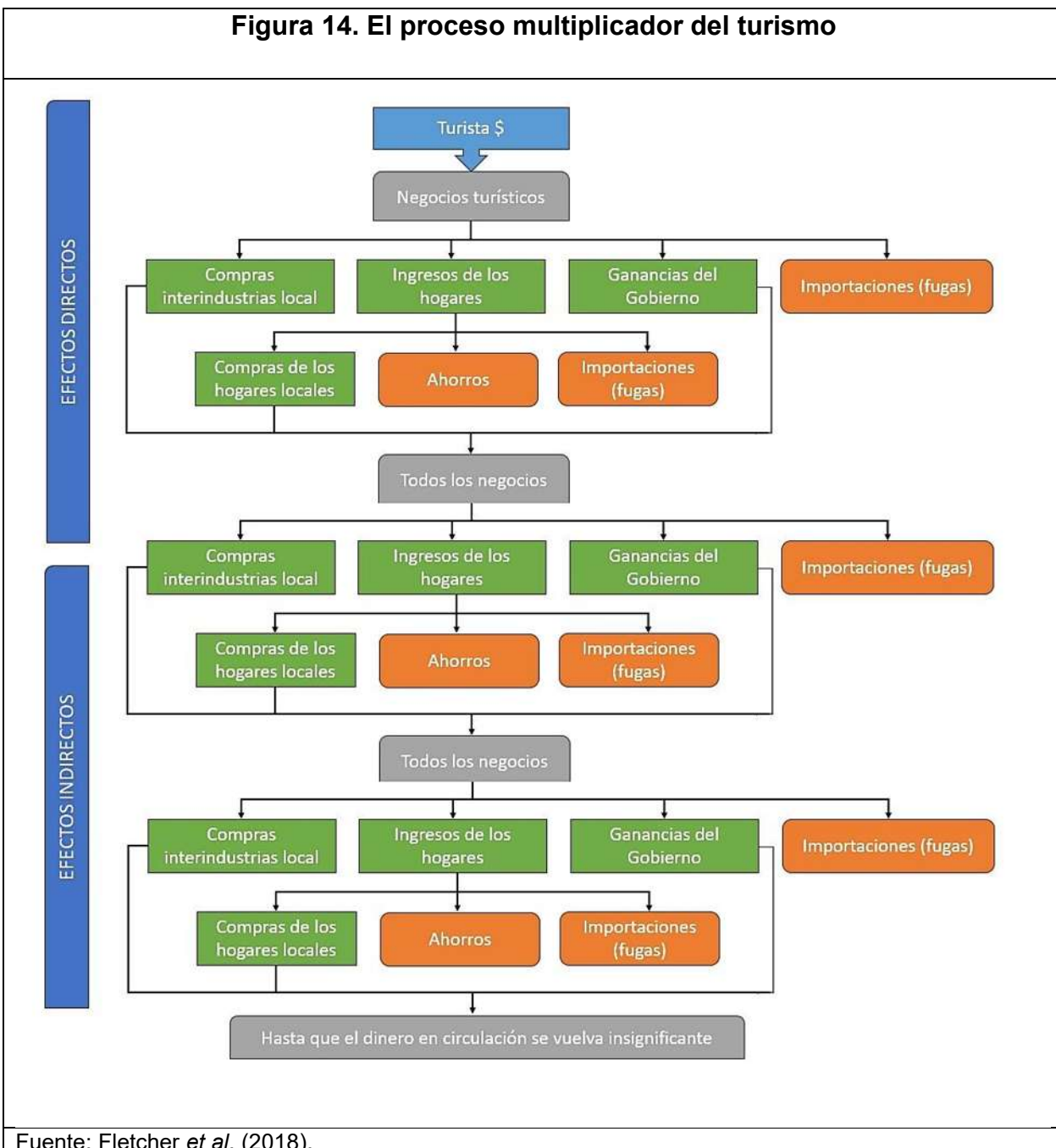
Las fugas se refieren al dinero real que permanece en una cierta economía, por ejemplo, una artesanía de madera que podría ser importada o local. En caso de una importación, el turista solo está comprando el valor agregado en función del costo de transporte, los márgenes de ganancia, los impuestos y aranceles según fuera el caso. Es así que el dinero sale del círculo local, mediante bienes y servicios del exterior o se retira a través de los ahorros, lo que constituye una fuga. El impacto económico del turismo puede abarcar diversos efectos del gasto turístico, puesto que los primeros establecimientos turísticos en presentar una ganancia son los hoteles, restaurantes y transportación, pero después se extiende a otros rubros, por lo que se pueden identificar tres niveles (Fletcher, 2018):

- Efectos directos. El valor del gasto turístico al cual se resta el valor de las importaciones que son vitales para poder satisfacer la demanda de bienes y servicios.
- Efectos indirectos. Se da cuando ciertos establecimientos receptores del gasto turístico demandaron bienes y servicios de otros establecimientos no abocados al turismo que pertenecen a la misma economía local.
- Efectos inducidos. Después de los efectos directos e indirectos, los ingresos permean hacia los residentes locales en forma de sueldos, salarios, utilidades distribuidas, rentas e intereses. Este complemento se volverá a gastar en la economía local y se generará un mayor volumen de actividad económica.

Adicionalmente al impacto económico que puede generar el gasto turístico, se tienen los procesos multiplicadores, los cuales pueden llegar a moldear algunas decisiones del sector público. Primeramente, las ventas de una empresa requieren compras de otras empresas locales, es decir que las empresas compran insumos primarios como mano de obra e importaciones, pero también bienes y servicios intermedios producidos por otros establecimientos dentro de la economía local.

Dicho lo anterior, cualquier cambio en el gasto turístico provocará un cambio en el nivel de producción de la economía, los ingresos de los hogares, el empleo, los ingresos del gobierno y los flujos de divisas (en el caso de turismo internacional). El multiplicador turístico se basa en esa relación dada entre un cambio en la producción (ingresos, empleo o ingresos del gobierno) y el mayor o menor gasto turístico (Fletcher, 2018) (ver Figura 14).

Figura 14. El proceso multiplicador del turismo



Fuente: Fletcher *et al.* (2018).

Si el dinero llega a personas ajenas a la economía local no se genera más actividad económica, las denominadas fugas. Habrá dinero que se irá a importaciones o se destinará al ahorro y algún porcentaje se lo quedará el gobierno, es decir que el dinero podrá utilizarse para comprar bienes y servicios producidos localmente, para sueldos, salarios y ganancias, pero también para pagar impuestos, licencias y tarifas gubernamentales, y a todo lo anterior se le conoce como efectos directos. Las empresas que ganan dinero por sus bienes y/o servicios también realizarán compras localmente, importarán bienes y servicios, además de pagar impuestos, pero a estos se les llama efectos indirectos. (Fletcher, 2018).

Es difícil determinar con exactitud el efecto multiplicador del turismo, ya que el gasto turístico se distribuye en varios sectores de una economía y la información suele no ser suficiente para conocer los efectos que ocasiona un cambio de precios relativos dentro de una economía (Fletcher, 2018) (ver Tabla 13).

Tabla 13. Principales tipos de multiplicadores en el turismo	
Multiplicador de transacciones o ventas	Mide la cantidad de ingresos comerciales adicionales creados en una economía como resultado de un aumento en el gasto turístico
Multiplicador de producción	Mide la cantidad de producción adicional generada en una economía como resultado de un aumento en el gasto turístico
Multiplicador de ingresos	Mide los ingresos adicionales (sueldos y salarios, rentas, intereses y ganancias) creados en la economía como resultado de un aumento en el gasto turístico
Multiplicador de empleo	Mide la cantidad total de empleo generado por una unidad adicional de gasto turístico o la relación entre el empleo total generado por este gasto y el empleo directo
Multiplicador de ingresos del gobierno	Mide el impacto en los ingresos del gobierno, de todas las fuentes, asociado con un aumento del gasto turístico
Fuente: Fletcher (2018).	

Una cuenta satélite de turismo ofrece una mejor apreciación de la economía que aporta el turismo en un determinado destino. Por ejemplo, la contribución del turismo al PIB junto con los niveles de ingresos, empleo y los multiplicadores de ingresos del gobierno, lo que también revela las importaciones por unidad de gasto turístico. Todo esto se puede estimar sumando el impacto directo e indirecto, revisando el inducido, pero los desarrollos más actuales deben incluir impactos ambientales y sociales para apuntar hacia la planificación integral (Fletcher, 2018).

3.2 La gestión del turismo y el ciclo de vida de los destinos turísticos

3.2.1 Desafíos de los destinos turísticos urbanos y su gestión según Fyall

Un destino turístico se encuentra delimitado de manera política y territorial, pero la oferta turística puede trascender a otros espacios o establecimientos no anexados física o administrativamente. A pesar de lo anterior, es posible enlistar ciertas características con que cuenta un destino turístico (Fyall, 2018):

- ✓ Es una unidad geográfica reconocida por los visitantes;
- ✓ Incluye atracciones para los visitantes;
- ✓ Cuenta con acceso carretero, aéreo o marítimo, pudiendo ser más de una de las anteriores;
- ✓ Mantiene una red de transporte interior;
- ✓ La infraestructura turística está presente y puede desarrollarse en mayor o menor medida;
- ✓ Administrativamente es posible de planificar y gestionar.

Desde la década de 1980, las principales ciudades del mundo mostraron interés por desarrollar la actividad turística en base a planes y estrategias que se fundamentaron en las dotaciones sociales, culturales, económicas y ambientales, también denominadas ventajas comparativas. Para Fyall (2018), la clasificación de destinos es englobando tres segmentos:

- ✓ Destinos costeros. Identificados desde mediados del siglo XVIII, con sol y playa para baños de mar y, en ocasiones, implicando cuestiones de salud;
- ✓ Destinos urbanos. Donde el atractivo cultural recae en la configuración del territorio dado desde siglos anteriores. Habitualmente, la falta de industria u otra función comercial puede potenciar la vocación turística;
- ✓ Destinos rurales. La visita y experiencia turística en el campo y en el sector agroalimentario, pero también parques nacionales, con diversos paisajes.

Los activos turísticos dependen en gran medida de que los actores públicos y privados puedan o no integrar su desarrollo turístico a la par de la planificación urbana, siendo características de los destinos urbanos (Fyall, 2018):

- a) Representar un punto neutral hacia una región turística más amplia, ya que ciertas ciudades de gran interés turístico pueden beneficiar a otros sitios turísticos de tipo cultural o natural con cierto flujo de visitantes.
- b) Los productos y servicios ofertados a los visitantes hacen que cada destino urbano tenga un rasgo distintivo acorde a su territorio, patrimonio biocultural y dinámica socioeconómica.
- c) El desarrollo del turismo implica a las organizaciones turísticas como son las asociaciones relacionadas al turismo en mayor o menor medida.
- d) La estacionalidad puede ser contrarrestada, puesto que la diversificación de oferta y demanda normalmente es posible.
- e) La riqueza económica y social de una ciudad se relaciona al turismo sin incidir negativamente en los otros subsectores económicos. En contraparte, los flujos turísticos excesivos pueden perjudicar el nivel de vida del habitante.

Un destino turístico puede ser difícil de gestionar, pero el enfoque adoptado por las organizaciones interesadas en el desarrollo del turismo es el denominado sistemático. El sistema turístico está abierto a (micro) influencias y presiones, además de otras fuerzas (macro) externas que tienen profundas implicaciones. Aunque el atractivo de un destino puede permanecer en buenas condiciones, la manera en que cambia la competencia pueden indicar una posible revisión de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del destino (Fyall, 2018).

Desde una perspectiva de planificación, un destino turístico debe contar con un desarrollo que integre las facilidades para el turista, tal es el caso del acceso, la infraestructura y los servicios de transportación disponibles pueden determinar el potencial de turistas tanto nacionales como internacionales. Lo anterior se confirma al observar que históricamente el transporte ha presentado cambios y mejora en tiempos y conectividad, por supuesto con una rentabilidad para los proveedores, lo que ha abonado a que los turistas viajen mayores distancias, por ejemplo, con aerolíneas de bajo costo, pero también se popularizan las llamadas escapadas de fin de semana (Fyall, 2018). Para el caso mexicano estas últimas han sido especialmente motivadas por el programa de Pueblos Mágicos al estar regularmente a una distancia cómoda desde una ciudad capital, pero también está conjugado con los días de suspensión oficial que pueden moverse de día buscando que el día lunes se sume al fin de semana abonando así al turismo doméstico.

La cantidad de productos de tipo turístico, las organizaciones interesadas o *stakeholders* y las relaciones políticas que puedan existir en un destino debe basarse en la colaboración para desarrollar un sistema integrado, tal como lo recomendó la OMT en tiempos recientes con la llamada Organización de Gestión de Destinos (OGD). La OGD enfatiza una gestión total en lugar de aparecer como una agencia de marketing, el enfoque se considera más holístico puesto que se asume la responsabilidad de cuidar y consolidar prácticamente todos los aspectos del destino (Fyall, 2018).

Fyall y colaboradores (2006 citado en Fyall, 2018) han elaborado el marco de las 15 C's, el cual proporciona la lista de retos considerados fundamentales para llevar a cabo una buena gestión de los destinos con un horizonte previsto hasta el año 2028. Ciertamente, el grado de importancia de cada elemento será variante según las necesidades y vocaciones del destino, por lo que se recomienda el conocimiento previo del territorio, en aras de identificar problemas futuros y desafíos estratégicos a corto, mediano o largo plazo (ver Tabla 14).

Tabla 14. Las 15 claves para el desafío de la gestión de destinos

Aspecto	Descripción
Complejidad (Complexity)	Todos los destinos están compuestos por múltiples partes interesadas, componentes y proveedores, con gran diversidad de mercados
Control (Control)	El enfoque estratégico para comercializar destinos basado en la marca disminuye las dificultades inherentes a la coordinación y control
Cambio (Change)	La división que ha existido entre los sectores público y privado es quizás el elemento de cambio más necesario para evitar ser un freno al potencial del destino
Crisis (Crisis)	En el turismo moderno se debe contar con la gestión de crisis, puesto que la mayoría de los destinos se afectan, directa o indirectamente, ya sean crisis naturales o provocadas por el hombre
Complacencia (Complacency)	Los turistas continuaron viajando a pesar de las crisis, al menos dentro de la región o del país, y es que el acto de viajar para muchas personas es una necesidad más que un lujo, especialmente en el mundo desarrollado
Clientes (Customers)	Es mantener o ampliar su participación en el mercado de visitantes, lo cual requiere una investigación antes de que otros destinos capten dichos turistas
Cultura (Culture)	Por el lado de la demanda, la cultura representa una oportunidad importante para diferenciarse a través del desarrollo de estrategias de turismo
Competencia (Competition)	Después de las crisis, llega un cambio en los patrones de viaje y se eligen viajes nacionales e intrarregionales más familiares y seguros
Comercialización (Commodification)	La presión a la baja sobre los precios puede provocar una reducción de los mismos, pero el rendimiento de todo el destino puede bajar también
Creatividad (Creativity)	La tarea de desarrollar marcas de destino representa un gran desafío, por lo que la escasez de innovación es más común
Comunicación (Communication)	El desarrollo de estrategias de comunicación con el consumidor ya sea de manera directa, bidireccional o en red, y el desarrollo de marketing de personalización masiva
Canales (Channels)	Se tienen avances significativos en los sistemas de reservación, pero para el destino son indispensables otras herramientas para un mayor control sobre la distribución del producto de destino
Ciberespacio (Cyberspace)	El desarrollo, la implementación y la gestión de sitios web para todo el destino es un desafío que los destinos no pueden ignorar
Consolidación (Consolidation)	La consolidación en la industria turística se ha dado en los viajes que posicionan las aerolíneas, la hospitalidad de grupos hoteleros internacionales y otros intermediarios del turismo
Colaboración (Collaboration)	La cooperación de las organizaciones turísticas del sector público y privado mejora el protagonismo de todas las partes interesadas, mejora los canales de comunicación y el intercambio de puntos de vista entre expertos

Fuente: Elaboración propia con base en Fyall (2018).

3.3 El ciclo de vida de los destinos y la Organización de Gestión de Destinos de la OMT

El ciclo de vida del destino ha sido mencionado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual se conforma por 6 etapas desarrolladas por algunos autores además de Butler, quien planteó la posibilidad de un “relanzamiento” en caso de un declive del destino (BID, 2022):

1. Fase inicial de exploración, en la cual pocos turistas visitan el destino.
2. Fase de implicación, donde los residentes comienzan a ofrecer productos y servicios turísticos.
3. Fase de desarrollo del destino cuando se da forma a ciertas atracciones con sus equipamientos que ya generan flujos turísticos, con lo cual puede llegar la inversión extranjera y, posteriormente se emprenden un plan de *marketing* del destino.
4. Fase de consolidación, es una etapa en la que la planificación territorial y otros elementos de gestión se vuelven indispensables para disipar lo más posible el daño al patrimonio biocultural o un atentado contra el bienestar del residente y del visitante mismo.
5. Fase de madurez, cuando se ha logrado lo máximo en cuestión de equipamiento turístico, infraestructura y la presencia en el mercado. Sin embargo, también es en esta fase donde puede percibirse un cierto estancamiento.
6. Después de la madurez, es necesario evitar una fase de deterioro, especialmente por la pérdida del atractivo original, aunque pueden jugar varios factores. Se pueden enlistar algunos indicadores para ayudar a detectar un declive de un destino:
 - ✓ Producto poco diferenciado, aunado al buen *marketing* de los competidores.
 - ✓ Obsolescencia del equipamiento turístico.
 - ✓ Oferta superior a la demanda.
 - ✓ Disminución del flujo de visitantes y turistas.
 - ✓ Reducción en la estancia y gasto de los turistas.
 - ✓ Caída notable en emprendimientos comerciales.

- ✓ Estacionalidad muy marcada.
- ✓ Pérdida de empleos y pocas oportunidades para la fuerza de trabajo local.

La innovación, en un primer momento, puede ser una alternativa para regresar a un destino al mapa turístico, pero los esfuerzos individuales suelen ser en vano. Es así que la gestión de un destino turístico implica, además de la colaboración entre el sector público y privado, un tercer sector que pueda innovar la producción turística (Velasco, 2009). Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), se requieren políticas que apoyen proyectos novedosos dados en los diversos eslabones de la cadena de valor del turismo sin olvidar que el desarrollo integrado de políticas debería contrarrestar el ciclo político, ya que este suele eliminar el avance que se pudo lograr (OCDE, 2016).

El tema de la gestión de destinos ha cobrado gran importancia para la OMT, por lo que se ha impulsado la implementación de las OGD, en las cuales fungen diversas autoridades, agentes y profesionales del sector turístico, con alianzas y colectividad, enfocadas en la suma de recursos, experiencia y otros elementos que ayudarán a cumplir objetivos a corto y largo plazo. Una OGD busca aumentar la competitividad, abonando a la preservación de los recursos bioculturales y la sostenibilidad a largo plazo mediante la creatividad y la eficiencia en los procesos (OMT ELibrary, 2021).

La OGD es fundamental en la construcción de un destino, más aún en la innovación de este, puesto que se parte de desarrollar una marca, apoyar a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) y pasar a ser la tarjeta de presentación ante organizaciones nacionales o regionales. Aunado a lo anterior, son deseables diferentes tipos de capacitación para una mejora de la competitividad del destino a largo plazo y lograr un desarrollo económico más amplio (Fyall, 2018).

Buhalis (2000 citado en Fyall, 2018) hace hincapié en que la OGD funge como responsable de la imagen y los recursos turísticos conocidos y por conocer, debiendo cumplir con algunas recomendaciones:

- a) Dirigir los esfuerzos hacia la prosperidad de la población local;
- b) Maximizar la experiencia del visitante;

- c) Elevar la rentabilidad de las empresas locales y los efectos multiplicadores;
- d) Guardar un equilibrio sostenible entre el impacto económico del turismo con los activos socioculturales y ambientales.

El repunte de un destino turístico se vuelve competencia de una OGD, pero más allá de la innovación se han definido otros cuatro pilares de lo que se vislumbra como un destino inteligente *per se* y que más adelante se expondrá de manera amplia (OMT ELibrary, 2021):

1. Gobernanza
2. Innovación
3. Tecnología
4. Accesibilidad
5. Sostenibilidad

Es importante recalcar que la OGD debe ajustarse a la vocación y el tipo de destino, además de incluir en esta tesitura al recurso financiero que permita garantizar el éxito a largo plazo. Para finalizar, es una realidad que las estructuras entre una OGD y otra podrán variar a nivel nacional y estatal, pero las principales diferencias se deberían encontrar a nivel municipal (Fyall, 2018).

3.4 La inteligencia territorial y el turismo inteligente

La inteligencia territorial suma conocimientos, herramientas y estrategias para dar forma a un concepto que abona al desarrollo de un territorio junto con los actores que se encuentran enlazados al mismo. El enfoque utilizado es científico y puede, por ejemplo, configurar un entorno apto para que una mayor llegada de turistas se refleje en desarrollo socioeconómico. Los antecedentes de la inteligencia territorial se reconocen en Francia desde los ochenta del siglo pasado y en la siguiente década se reconoció el concepto en países como España, Bélgica y Rumanía (Parrilla-González & Pulido-Fernández, 2017).

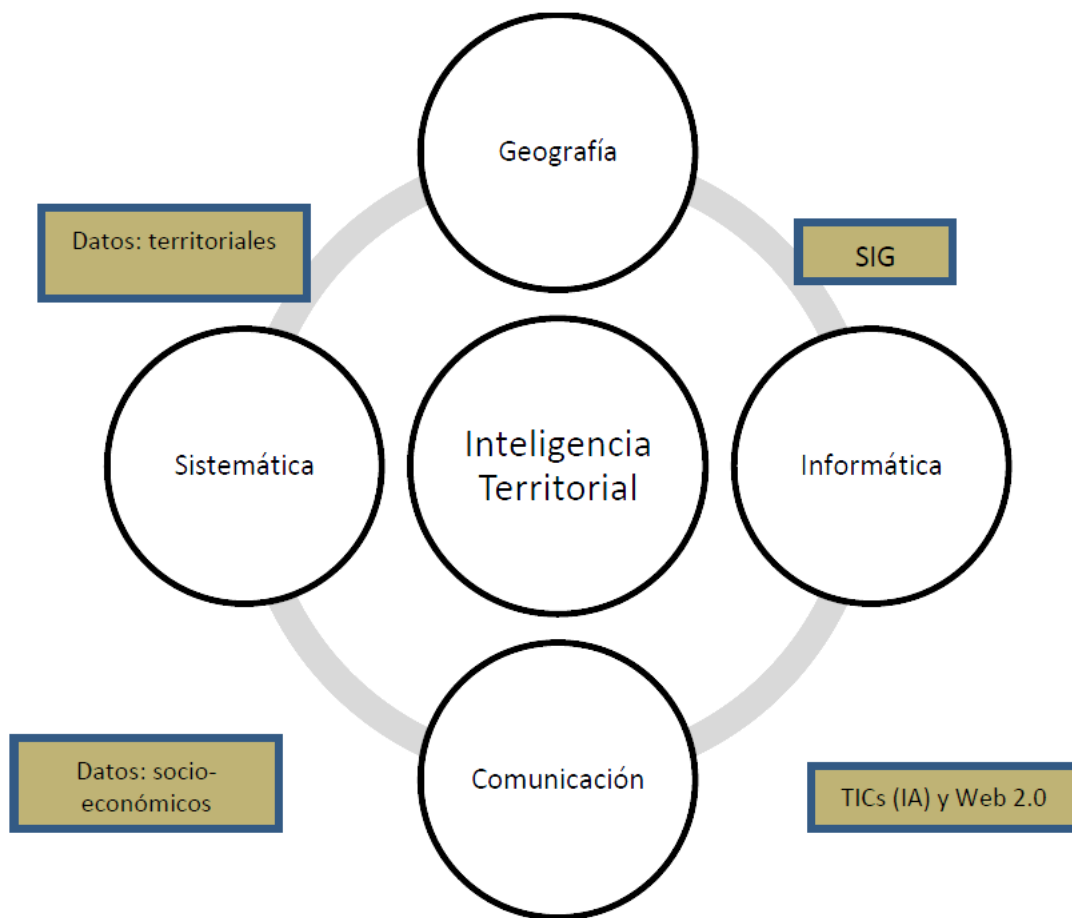
La inteligencia territorial debe ir acompañada con planes estratégicos de tipo territorial buscando que los actores locales sean los protagonistas de un ecosistema económico en el cual la adaptabilidad se hace importante en un medio globalizado por el uso cada vez mayor de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Las políticas de desarrollo sostenible han tenido un rol más destacado para el gobierno y la comunicación con los actores locales, quienes conocen aspectos particulares del territorio, es un punto focal si el objetivo es formular estrategias, visión y herramientas que aporten al potencial del mismo (Parrilla-González & Pulido-Fernández, 2017).

La inteligencia territorial se apoya en el conocimiento de los recursos para el desarrollo de instrumentos, gestionar la información y mantener una cercanía con las organizaciones implicadas. De esta manera, existen elementos clave con los cuales atender los problemas territoriales (De Séde–Marceau, 2002 citado en Luque Gil *et al.*, 2015):

- ✓ Hacer una revisión de aspectos sociales, económicos, políticos y también medioambientales.
- ✓ Generar conocimientos profundos sobre los recursos territoriales.
- ✓ Incrementar el capital social involucrando al ciudadano en distintas áreas del conocimiento y sumar así su participación en los proyectos
- ✓ Tomar decisiones con total transparencia por parte de los encargados.
- ✓ Consolidar una comunicación óptima con los actores involucrados.
- ✓ Implementar los instrumentos de medida y de evaluación que retornen información sobre el avance logrado en cada indicador territorial.

Los cuatro ejes interrelacionados en la inteligencia territorial son: geografía, sistemática, informática y comunicación. Estos ejes implican diversas herramientas y un flujo de datos que deben servir para la generación de un conocimiento estructurado que finalmente pueda ser traducido en inteligencia (Luque Gil *et al.*, 2015) (ver Figura 15).

Figura 15. Ejes integradores de la Inteligencia Territorial



Fuente: Luque Gil *et al.* (2015).

La geografía es el elemento primario al tener como fundamento el estudio de la superficie terrestre, los territorios, paisajes y/o regiones. La sistemática, por su parte reconoce a todos los actores del territorio para llevar un registro de la información generada de manera individual y colectiva. La informática, para el caso específico que se refiere a la inteligencia territorial, incluye algoritmos, bases de datos, pero también la presentación y manejo ordenado de la información geográfica, económica y medioambiental. Finalmente, la comunicación busca la interpretación de todo lo anterior con el objetivo de que el sistema incluya, en cierto grado, la retroalimentación con los usuarios (Luque Gil *et al.*, 2015).

Gretzel y colaboradores (2015) hacen ver que el turismo inteligente, al hacer uso de la palabra *smart*, muestra una tendencia a lo tecnológico, a los sensores, el *Big Data*, los datos abiertos, pero además las nuevas formas de intercambio de información como el Internet de las Cosas y la Comunicación de Campo Cercano, entre otras. El turismo inteligente se sustenta en una dependencia creciente de los destinos turísticos ante las TIC, más aún cuando las innovaciones se encuentran en boga para que los recursos tengan un aprovechamiento sostenible o para una gobernanza eficaz y cercana, siendo imprescindible la calidad de vida para los residentes. Ahora bien, el turismo inteligente puede definirse a través de tres capas:

1. Destinos inteligentes. Son casos especiales de ciudades inteligentes, puesto que aplican los principios de ciudad inteligente al priorizar la calidad de vida de los residentes, pero amenizando al turista con mejoras en la movilidad, la sostenibilidad y la experiencia turística.
2. Experiencia inteligente. Referida al conjunto de experiencias turísticas que implican soluciones tecnológicas y que deben ser notorias, pero también monitoreadas. En este punto, los turistas son participantes activos, ya que son los clientes y protagonistas de la experiencia misma.
3. Empresas inteligentes. Es el ecosistema de negocios que envuelve a la promoción turística, encargado de proporcionar las experiencias turísticas de alto nivel, pero con una mejora continua que abone a la digitalización de los procesos.

3.4.1 Las ciudades inteligentes y los Destinos Turísticos Inteligentes

Según Sikora - Fernández (2017), la ciudad inteligente (*Smart city*) tiene por objetivo el progreso de un área urbana con la participación de todos los interesados (*stakeholders*) optimizando el uso de la energía, la movilidad y el transporte, sin descuidar la calidad del servicio brindado con ayuda de las TIC, lo que debería ser de relevancia en la búsqueda del desarrollo sostenible. Es un caso diferente a las ciudades basadas en el conocimiento (*knowledge-based cities*), cuyo fuerte es la educación, el capital intelectual y la innovación en muchos rubros. Otro segmento

son las ciudades digitales (*digital cities*), en las que todo gira alrededor de las TIC. Las eco-ciudades, por su parte llevan la bandera de la preservación del medio ambiente y sus fuentes de energía son necesariamente renovables. Al final, una ciudad que se ostente como *smart* debería implicar todos los criterios anteriores además de una alta rentabilidad, por lo que la competitividad estará acorde a la cultura de innovación disponible en las distintas áreas con sus diferentes grados.

Para Giffinger y Haindlmaier (2010), la palabra “inteligente” se enlaza de inmediato a la mejora de los indicadores de desarrollo urbano, pero agregando un sentido más holístico. Un ejemplo es la industria inteligente, que con la implementación de las TIC puede incrementar la producción, lo mismo se establece para otras áreas. Se pueden enlistar 6 características inteligentes con algunos factores a considerar:

1. *Smart economy*

- Espíritu innovador
- Emprendimiento
- Imagen económica y marcas registradas
- Productividad
- Flexibilidad del mercado laboral
- Integración internacional
- Habilidad para transformar

2. *Smart people*

- Nivel de cualificación
- Afinidad por el aprendizaje permanente
- Pluralidad social y étnica
- Flexibilidad
- Creatividad
- Cosmopolitismo y/o apertura de mente
- Participación en la vida pública

3. *Smart governance*

- Participación en la toma de decisiones
- Servicios públicos y sociales
- Gobernanza transparente
- Estrategias y perspectivas políticas

4. *Smart mobility*

- Accesibilidad local
- Accesibilidad nacional e internacional
- Infraestructura de las TIC
- Sistemas de transporte sostenibles, innovadores y seguros

5. *Smart environment*

- Condiciones naturales y climáticas
- Contaminación
- Protección del medio ambiente
- Gestión sostenible de los recursos

6. *Smart living*

- Equipamientos culturales
- Condiciones de salud
- Seguridad y protección
- Calidad de la vivienda
- Instalaciones educativas
- Turismo
- Cohesión social

El DTI aparece como una ramificación de una ciudad inteligente y maneja el objetivo de mejorar la calidad de vida del habitante mediante la dotación de inteligencia a las infraestructuras, las cuales deberían ser eficientes y sostenibles. En suma, el turista contará con con mayores amenidades y una mejor experiencia en su visita y, en

dado caso, sus pernoctaciones. Para López de Ávila y García (2015 p. 62) el concepto de DTI es el siguiente:

“Un espacio innovador consolidado sobre la base del territorio y de una infraestructura tecnológica de vanguardia. Un territorio comprometido con los factores medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat, dotado de un sistema de inteligencia que capte la información de forma procedimental, analice y comprenda los acontecimientos en tiempo real, con el fin de facilitar la interacción del visitante con el entorno y la toma de decisiones de los gestores del destino, incrementando su eficiencia y mejorando sustancialmente la calidad de las experiencias turísticas.”

Acorde a Calle Lamelas y colaboradores (2017), España ha sido el pionero en el desarrollo del modelo de DTI si se toma en cuenta a las instituciones de gobierno, puesto que el Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015 menciona a los destinos inteligentes, punta de lanza en la innovación y la gestión consideradas necesarias. La SEGITTUR, que depende de la SETUR de España es la impulsora de la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) en la actividad turística con la colaboración entre el sector público y el sector privado. SEGITTUR ha estructurado la promoción y divulgación del turismo inteligente, además de la consultoría y el apoyo técnico del programa de los DTI.

Es en este punto donde se implica la inteligencia territorial, ya que el conjunto de conocimientos multidisciplinarios que implica este tipo de inteligencia puede garantizar un uso sostenible del territorio, por lo que un DTI debería configurar el territorio con un sistema turístico, ambos inteligentes buscando que la gestión esté dada mediante el conocimiento de los recursos, el desarrollo de instrumentos, la gestión de la información y la colaboración entre los distintos actores (Luque Gil *et al.*, 2015).

Siguiendo a Ivars Baidal *et al.* (2016), es habitual que en cada destino turístico se presenten limitaciones de tipo económico, social o técnico, pero el análisis sobre la viabilidad del proyecto de destino inteligente es preponderante. De esta manera, será la flexibilidad y la adaptabilidad lo que defina al territorio y la toma de

decisiones. Aunado a lo anterior, se puede indagar entre tres categorías de territorios con interés hacia una conversión a DTI:

1. Los entornos urbanos ya son ciudad inteligente o han trabajado para el logro de ese nombramiento. En este caso, una visión turística proactiva se podrá motivar con la accesibilidad universal y la mejora de la movilidad que ya se tienen avanzadas abonando al incremento de la calidad de vida.
2. Los destinos que pueden desarrollar el proyecto DTI, que cuentan con la vocación turística y pueden priorizar la actividad turística, pero que además cuenten con los recursos económicos.
3. Espacios con menor concentración demográfica, económica y turística, pero con recursos turísticos de gran potencial y con la cooperación supramunicipal además de un producto identitario y muy consolidado, como es el caso de Tequila, Jalisco.

La dinámica del turismo inteligente implica la recopilación de los datos que genera la infraestructura física, la interacción social, las fuentes gubernamentales y otras organizaciones, además de la mente humana, para lo cual se requiere de tecnología avanzada. Con lo anterior se piensa de inmediato en proyectos de valor empresarial que puedan abonar a la eficiencia, la sostenibilidad y la satisfacción de turistas y visitantes (Gretzel *et al.*, 2015).

Por la heterogeneidad de un DTI, el sector privado debe coordinarse con el sector público, y a su vez con las entidades de I+D+i que puedan generar las rutas hacia un sector turístico sólido, con mayor conocimiento en cada eslabón de la cadena de valor de esta actividad (López de Ávila & García, 2015).

Acorde a Luque Gil y colaboradores (2015), para que un destino turístico se considere inteligente es importante visualizar más allá de la implementación de TIC, realizando estudios que incluyan premisas como:

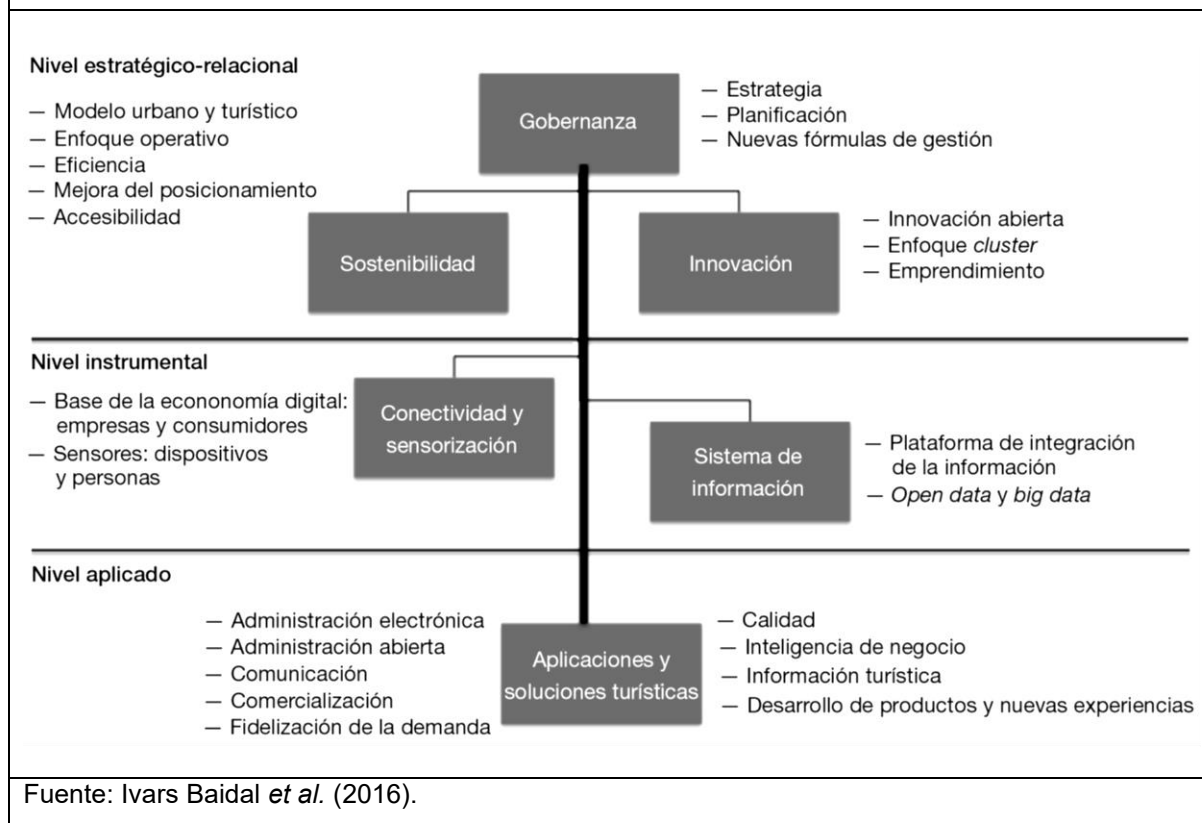
- La interoperabilidad de la oferta, es decir, estudios sobre el perfil del visitante para identificar ciertas actividades que puedan ser atractivas y así generar otras unidades de consumo.

- El componente territorial de los productos turísticos: perfil del destino, los servicios con valor agregado, el *marketing*, entre otros.
- El comportamiento de visitantes y turistas: el tipo de ocio preferido, la imagen del destino desde la primera hasta la última impresión, el nivel de satisfacción, entre otros.
- Mercados emisores y potenciales y la conectividad que se tiene con ellos por tierra y por aire.
- La capacidad de carga, en cierto modo es importante por el suministro de servicios que suelen compartirse con los residentes.
- La gestión de distintas bases de datos de gran tamaño, necesaria para la retroalimentación del sistema de información. Lo anterior abona a la mejor toma de decisiones, con lo que se contribuye a la gestión inteligente del turismo.

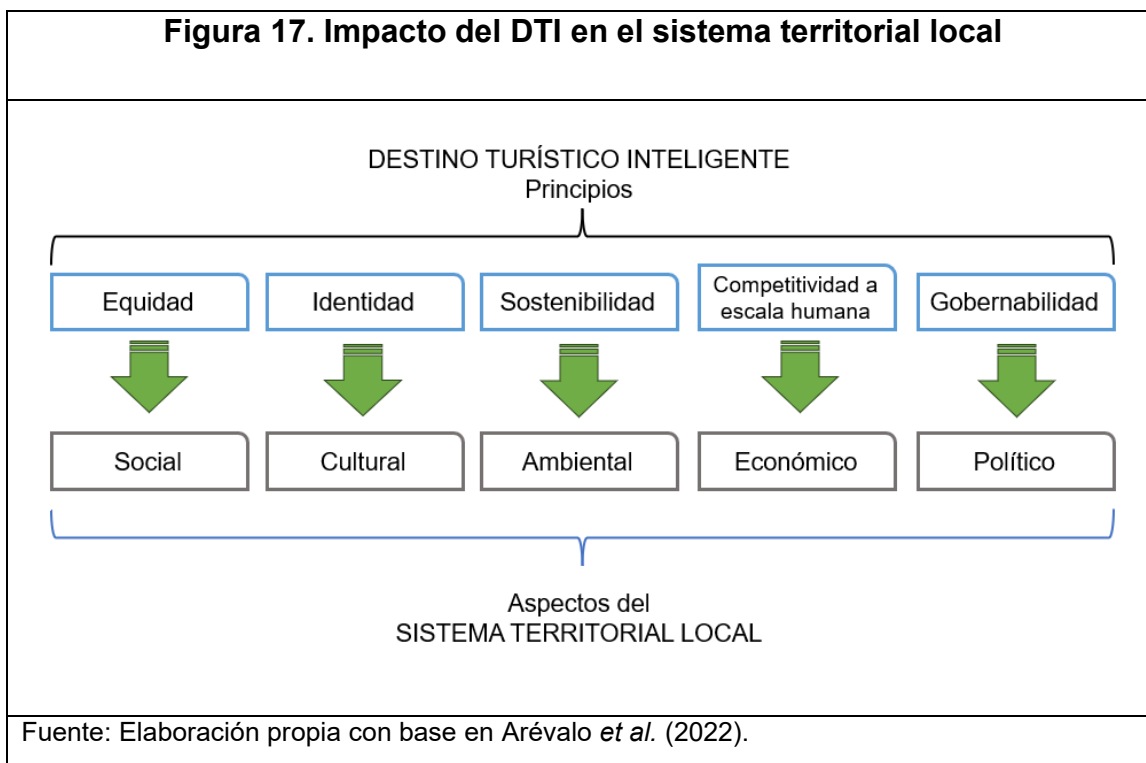
Para Ivars Baidal y colaboradores (2016), las motivaciones de la transición del destino turístico tradicional al DTI es la rápida evolución tecnológica causada por el internet, las exigencias del mercado hacia productos turísticos más innovadores y la competitividad siempre en aumento. Es posible identificar tres niveles al observar el DTI con perspectiva sistémica (Ivars Baidal *et al.*, 2016) (ver Figura 16):

1. Nivel estratégico – relacional. Es posible agrupar en este nivel a la gobernanza, la sostenibilidad y la innovación del destino, ya que se hace referencia a la colaboración de todos los actores con un ente líder.
2. Nivel instrumental. En este nivel se integra la tecnología con el sistema de información, con el objeto de conocer diversas situaciones en tiempo real.
3. Nivel aplicado. En el cual salen a la luz las soluciones inteligentes que se desarrollaron como respuesta a los hallazgos de los anteriores niveles.

Figura 16. El destino turístico inteligente desde la perspectiva sistémica



Según Arévalo y colaboradores (2022), el DTI es multifacético para poder adaptarse a grandes metrópolis como sería el caso de Barcelona, España, pero también a poblaciones pequeñas como es el caso de Tequila, México. Cuando un destino turístico se vuelve inteligente se generan nuevas relaciones desde la gestión local del turismo, muy importante el nexo empresarial al ser el contacto real con el visitante, por lo que el mantenimiento de un nivel importante de competitividad y de innovación es esencial. Los destinos turísticos son espacios comunes donde se lleva a cabo una interacción entre turistas y residentes, lo que puede impactar positivamente al sistema territorial local y se hace visible con algunos principios que deberían estar presentes en el ambiente urbano para la consecución de una mayor calidad de vida (ver Figura 17).



Para que un destino turístico se pueda considerar DTI debe certificarse siguiendo al Organismo de Normalización en España (UNE), designado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad ante la Comisión Europea para impulsar el desarrollo de la infraestructura de calidad, la transferencia del conocimiento y el fortalecimiento de las empresas. La norma específica para ello es la UNE 178501 y se pueden establecer cinco fases principales (Rodríguez Marcos, 2021):

1. Diagnóstico previo del destino (mediante indicadores).
2. Elaboración del plan de acción o plan director del DTI.
3. Ejecución del plan en el destino.
4. Certificación del DTI.
5. Revisión y renovación continua.

A través de SEGITTUR se creó el Subcomité 5 de Destinos Inteligentes y posteriormente se han publicado otras Normas UNE, aunque no es del orden público el contenido de estas. El destino turístico debe contar suficiente capacidad

financiera para trazar el camino hacia el DTI, pero también son importantes las políticas que incentiven la creación de empresas relacionadas al turismo y la innovación territorial con la imperativa colaboración entre el sector público y privado (Rodríguez Marcos, 2021). Aunado a esto, se cuenta con cinco ejes vertebradores de los DTI:

1. Gobernanza. Con muchas aristas, se refiere a la concertación entre los actores privados, públicos y otros interesados en un mismo rubro. Funciona para conocer las incidencias de los actores, en este caso del turismo como son las entidades privadas del turismo con los datos que pueden recabar y que pueden contrastarse o complementarse con los que manejan las secretarías de turismo municipales u otras dependencias relacionadas al turismo cultural como ejemplo. El ciudadano también se implica en la gobernanza, mediante una organización de la población que se haga notar en la gestión territorio (Luque Gil *et al.*, 2015).
2. Sostenibilidad. Acorde a Arévalo y colaboradores (2022), el DTI puede dar pie al desarrollo sostenible en varias formas, por ejemplo, con empleos bien remunerados y con formación profesional adecuada. El mismo caso en cuanto a la infraestructura priorizando el mayor ahorro de energías, con una arquitectura e ingeniería innovadoras y en paralelo al cuidado medioambiental, para lo cual se han implementado certificaciones. De esta manera, las dimensiones económico, social y ambiental se encuentran presentes en los DTI's mediante el uso moderado de los recursos naturales, el cuidado al patrimonio biocultural y un desarrollo económico que aumente la calidad de vida.
3. Innovación. Sin duda, el sistema de innovación del DTI tendrá que utilizar la llamada triple hélice: empresas privadas, dependencias del sector público y los centros de I+D+i. Es recomendable, además, un enfoque de tipo *clúster*, es decir, empresas que compiten y cooperan entre sí, a fin de mejorar la competitividad del destino y transferir el conocimiento, la innovación y motivar el emprendedurismo (Ivars Baidal *et al.*, 2016).

4. Tecnología. El avance de las TIC a la par de la Inteligencia Artificial (IA) está generando cambios en la concepción de los sectores económicos. Es posible identificar a la sociedad actual como la sociedad de la información, pero también se ha denominado la quinta sociedad si se identifica a la primera sociedad como recolectora-cazadora, a la que sigue la sociedad agraria, después encontramos la sociedad urbana-artesanal-comercial y la anterior sociedad se podía llamar industrial (López de Ávila & García, 2015).
5. Accesibilidad. Ivars Baidal y colaboradores (2017), han argumentado sobre la necesaria evolución hacia el turismo para todos, por lo que se requiere trabajar desde una política de diseño de productos y servicios turísticos, con la mayor atención en las Personas Con Discapacidad (PCD) que nos permita hablar de la accesibilidad universal en toda la extensión de la palabra.

3.5 Gobernanza

Como señala Mayntz (2000), la gobernanza refiere un nuevo modelo de gobierno más cooperativo y horizontal, alejándose del tradicional control jerárquico que implica burocracia con tintes de autoritarismo. Se fomenta una colaboración más estrecha entre actores públicos y privados, quienes, aunque pertenecen a diferentes sectores de la economía, toman parte en decisiones tan importantes como la implementación de políticas públicas a través de redes con un considerable nivel organizativo.

El mismo Mayntz (2005) recomienda que el concepto de gobernanza no debería aproximarse en gran medida a otros como el autogobierno y el denominado tercer sector ya que pudieran alejarse de la de gobernanza moderna. En todo caso, se podría hacer referencia a redes de políticas públicas que combinan actores públicos y privados y la autorregulación social en la que el Estado no interviene de manera directa; esto último no ha ocurrido, puesto que el Estado sigue siendo la entidad que aprueba o no esa autorregulación social es cuando los funcionarios encuentran la manera de tomar parte del aparato socioeconómico de forma indirecta, pero pueden dictaminar los pasos a seguir en dicho sistema.

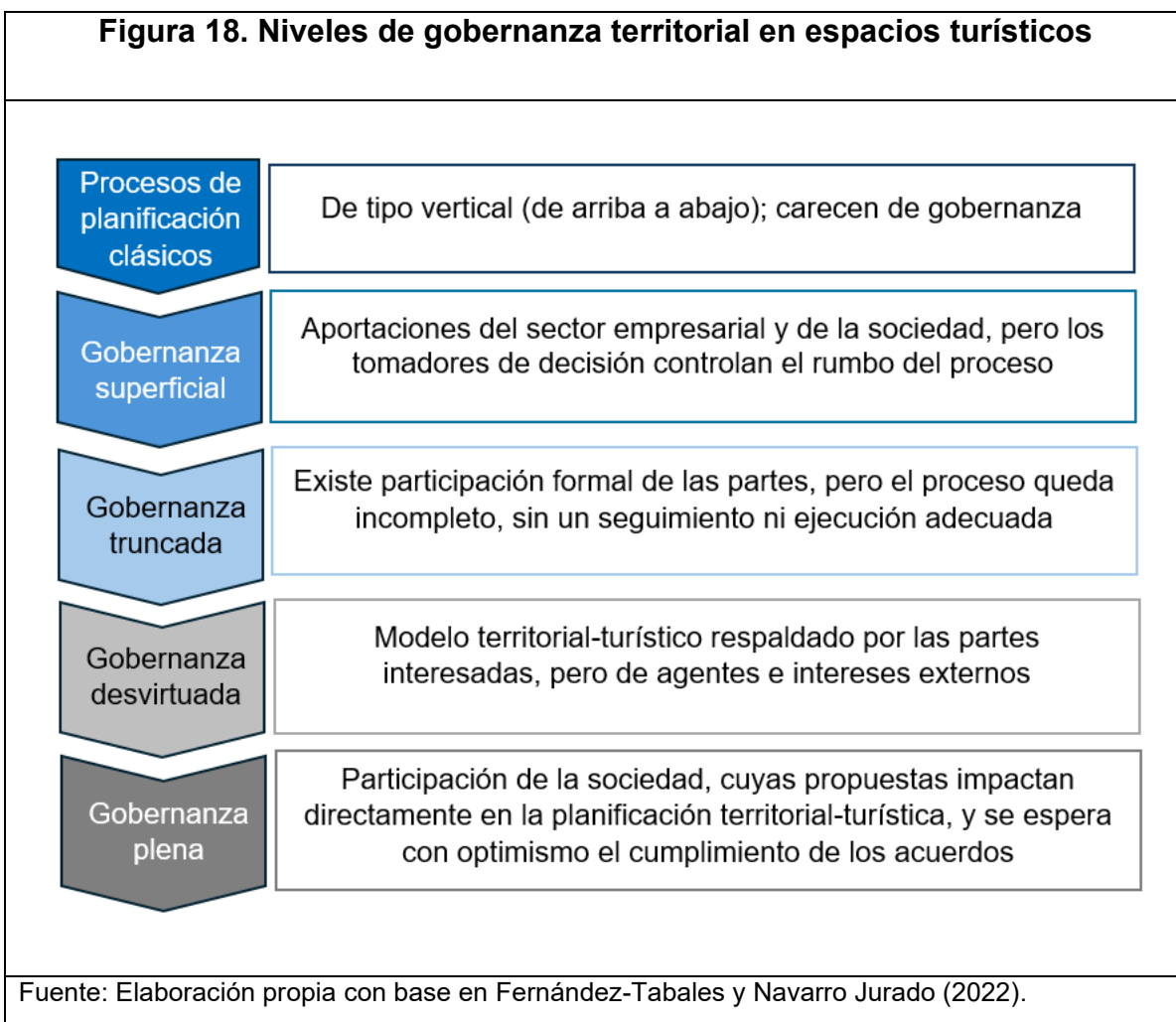
Con el tiempo, surge un tipo específico denominado gobernanza territorial vinculada a la planificación territorial. De acuerdo con Farinós (2008), la gobernanza territorial se entiende como un proceso donde intervienen múltiples actores e intereses adheridos a un territorio con una planificación y una gestión territorial que se comparten mediante negociaciones e intercambio de ideas; en todo caso también se comparten objetivos y se delegan responsabilidades.

Fernández-Tabales y Navarro-Jurado (2022) identifican que la esencia de la gobernanza territorial surge ante la falta de resultados en la planificación y gestión del territorio, una problemática que se repite en cada periodo gubernamental y que lleva a una falta de coordinación entre los distintos niveles de gobierno, así como la escasa vinculación con actores económicos y la sociedad. La gobernanza turística aparece al considerar los factores que pueden aportar un aumento en la competitividad de un destino turístico como son el cuidado ambiental, la planta turística, los servicios públicos, la conservación del patrimonio cultural y las redes empresariales, entre otros. Según la definición de Blanco y colaboradores (2021 citado en Fernández-Tabales y Navarro-Jurado, 2022), la gobernanza turística es un método para gestionar el turismo que se basa en las relaciones existentes en el sector, involucrando dependencias gubernamentales de distintos niveles, el sector empresarial y diversas organizaciones ciudadanas con el objetivo de incrementar la confianza de la gestión pública además de una mejora en la misma. Para lo anterior, la toma de decisiones se realiza con el acompañamiento de los ciudadanos organizados donde la meta es un mayor desarrollo socioeconómico.

La gobernanza turística debe promover la transparencia y la rendición de cuentas, al tiempo de dejar atrás algunos círculos viciosos que impactan a nivel socioeconómico y que obstaculizan la colaboración entre actores públicos, privados y la sociedad civil en aras de la planificación del destino. Desde agentes inversores internacionales como intermediarios de apartamentos turísticos que abundan en Internet y las turoperadoras mayoristas hasta guías turísticos independientes, entidades financieras de presencia local o nacional, siempre en sintonía con los

residentes locales y el gobierno municipal, regional y estatal, todos toman parte en la planificación turística y el modelo turístico-territorial que pueda otorgar certeza a todas las partes (Fernández-Tabales & Navarro-Jurado, 2022).

Para lo anterior es necesario la instalación de mesas de discusión, consensos y ahora se pueden implementar herramientas tecnológicas muy útiles para sopesar la distancia al tiempo de conocer los distintos puntos de vista. Fernández-Tabales y Navarro Jurado (2022) proponen una diferenciación de la gobernanza territorial en espacios turísticos en función de su profundidad (ver Figura 18).



3.5.1 La gobernanza y la gobernabilidad por José Juan Sánchez

Es evidente que la gobernanza pone de manifiesto una limitación por parte del gobierno en su esfuerzo por administrar de manera óptima, incluso cuando dispone de los elementos institucionales, fiscales y administrativos necesarios. De ahí surge la necesidad de incorporar la participación de actores externos al gobierno, quienes resultan esenciales para definir un rumbo social. En consecuencia, la gobernanza se convierte en un proceso donde la sociedad asume un papel activo en la toma de decisiones, y el gobierno únicamente formaliza dichas decisiones.

El término anglosajón *governance* alude a la estructura adoptada por un sistema social y político, determinada por las acciones de las partes involucradas. En este marco, no existe una jerarquía entre las contribuciones de los actores, sino que se consideran todas las aportaciones que puedan enriquecer una propuesta. Por otra parte, el concepto de gobierno (*government*) corresponde a la administración pública, que constituye el núcleo del sistema socioeconómico y sigue procedimientos institucionales (Sánchez, 2012).

La gobernación, en términos prácticos, consiste en coordinar, integrar y equilibrar sociedades compuestas por personas y organizaciones independientes, cada una con sus propias capacidades y recursos, que influyen en diversos ámbitos de interés. El desafío principal de la gobernación radica en la coordinación de las diferencias sociales, ya que fuera del gobierno existen externalidades que también dirigen y regulan a la sociedad (Sánchez, 2012).

En contraste, mientras el estudio de la gobernabilidad se ha enfocado en las instituciones y los actores políticos principales, la gobernanza abarca un campo que abarca diversos ámbitos, tipos de actores, niveles de gobierno y entornos (local, subnacional, nacional, regional, supranacional), con el propósito de analizar los patrones, estructuras y reglas que facilitan o limitan la articulación y la interacción sociopolítica (Nicandro, 2001).

El origen del término *governance* es equivalente a dirigir las embarcaciones en latín y griego antiguo, puesto que se refería a cuestiones constitucionales y jurídicas

relacionadas con los asuntos de Estado, la administración de instituciones o el ejercicio de profesiones en las que participaban múltiples interesados. Actualmente, su resurgimiento responde a la necesidad de distinguir entre buen gobierno (modalidades y formas de gobernar) y gobierno en relación con las instituciones, los agentes responsables y al acto mismo de gobernar. La importancia de la gobernanza se explica por diversos factores (Sánchez, 2012):

- 1) Los gobiernos enfrentan los grandes retos sociales, pero también lo hacen otros actores;
- 2) Para abordar eficazmente estos retos, se necesita más que burocracia y gerencia; se requieren nuevos modelos de gobernanza;
- 3) No existe un único modelo de gobernanza, sino que hay pluralidad;
- 4) Las cuestiones sociales se han configurado por varios factores, no son causados por un solo actor ni están bajo su control;
- 5) Los objetivos de la gobernanza son complejos de definir y se revisan constantemente;
- 6) La meta de la dirección política y administrativa redundante en crear estructuras y procesos, es decir, la consecución de la gobernanza;
- 7) El principal reto de las reformas administrativas contemporáneas consiste en reestructurar las funciones y límites de la gobernanza, implicando y diferenciando las preocupaciones e intereses de los distintos actores involucrados.

El término *governance* se traduce de diversas maneras según el idioma: en español puede enlazarse a la gestión pública o del sector público, buen gobierno, ejercicio del poder, función de gobierno y gobernabilidad; en francés se entiende como la buena gestión de los asuntos públicos, eficacia administrativa, calidad y modo de gobernar. Cabe señalar que *governance* deriva del término francés *gouvernance*, lo que ha impulsado su uso (Sánchez, 2012).

En la gobernanza actual, tanto las instituciones estatales como las no estatales, los actores políticos y privados, participan y colaboran en la elaboración y ejecución de políticas públicas. La gobernanza de estos tiempos no es jerárquica, sino que se

compone por organizaciones autónomas y las redes que se generan entre ellas. Diversos factores históricos han motivado la transición hacia la gobernanza (Peters y Pierre, 2005a; 38-52):

- 1) el debilitamiento del Estado, especialmente en materia financiera durante los años ochenta y noventa;
- 2) los cambios de ideología política en referencia al mercado, pasando de una cultura colectivista a una individualista;
- 3) la globalización impulsada por el avance tecnológico y los medios de comunicación;
- 4) la especulación en términos de política global ocasionada principalmente por la Unión Europea (UE), EE. UU. y otros países que pueden escalar a conflictos serios;
- 5) la búsqueda de nuevas fuentes de gobernanza regional e internacional;
- 6) Nuevos mecanismos de coordinación y dirección política en referencia a la rendición de cuentas.

En la actualidad, el concepto de *governance* se emplea para describir un estilo de gobierno distinto al modelo jerárquico tradicional, donde se apunta a una mayor cooperación y la interacción cercana entre el Estado y las organizaciones no estatales. Asimismo, *governance* puede entenderse como otra forma de coordinación de acciones individuales para construir el orden social derivado del análisis del mercado y la jerarquía que moldea la organización económica, pudiendo abarcar cualquier forma de coordinación social (Sánchez, 2012).

La estructura de la gobernanza actual no se define por la jerarquía, sino por actores autónomos como son las organizaciones y sus redes, lo que ayuda a comprender los arreglos institucionales de la sociedad y su gestión pública. La preocupación central de la gobernanza reside en el buen gobierno, la nueva gestión pública y el gobierno en red.

Por último, Sánchez (2012) sostiene que, cuando se afirma que la gobernabilidad es necesaria toda vez que las sociedades no pueden autogobernarse, la perspectiva

de la gobernanza asegura que hay gobiernos sin saber gobernar, ya que no existen sociedades ingobernables.

3.5.2 Gobernabilidad y gobernanza en el ámbito local según Roberto Moreno

La gestión pública que integra las acciones del gobierno con aquellas provenientes de la sociedad ha dado pauta a ciertas mejoras, aunque se trate de un fenómeno reciente y poco consolidado. En realidad, su análisis se hace necesario, especialmente al examinar las nuevas formas de gobernanza en ámbitos locales.

En este sentido, tomando como referencia los fundamentos de la gobernanza, donde destaca la intervención de actores gubernamentales estatales, así como de entidades no estatales, públicas, privadas y sociales, en la elaboración, ejecución y evaluación de políticas públicas, se evidencia una tendencia alcista a nivel federal e igual para las esferas regionales y locales. La tradicional centralización política y administrativa que predominó cuando el Estado era marcadamente intervencionista ha incorporado nuevos actores políticos y sociales dedicados a la gestión de asuntos públicos. También es cierto que la incursión de la sociedad civil en los asuntos públicos es más lenta, compleja y enfrenta una considerable resistencia por parte de las administraciones locales, por lo que la gobernabilidad con rasgos autoritarios prevalece y se acentúa en aquellas entidades que históricamente han tenido problemáticas sociales, con movilizaciones y protestas de diversas organizaciones y agrupaciones (Moreno, 2012).

En tiempos de la Revolución Mexicana, la gestión del Estado se subordinó a la política del Ejecutivo federal, de quien dependía su permanencia o eventual remoción y con esto la fuerte centralización y un autoritarismo discreto hasta cierto punto. Esta situación comenzó a cambiar con la Reforma Política de 1977 sentando las bases de la pluralidad política, mayor veracidad en las elecciones, alternancia política en los tres niveles de gobierno y una mayor autonomía de los gobiernos estatales y municipales, entre otros puntos relevantes.

Por otra parte, en el ámbito económico y político, crisis financieras como la originada por el colapso inmobiliario en EE UU., seguido por la quiebra de *Lehman Brothers* constituyen acontecimientos cuya complejidad solo podrá ser comprendida con el tiempo. En todo caso, la denominada "mano invisible" del mercado ha generado un desequilibrio de gran magnitud donde se ponen a prueba los límites del liberalismo predominante y que ahora requiere la intervención de la "mano visible" del Estado considerando eventos como la caída del Muro de Berlín o la desintegración de la Unión Soviética junto con el rescate del postulado Keynesiano (Moreno, 2012).

La nueva gobernanza desarrolla una creciente conciencia sobre el poder de la ciudadanía por el lugar dado a los múltiples actores gubernamentales, sociales y privados para tomar parte de los asuntos públicos. Este cambio representa una transformación con grandes repercusiones que deben ser cuidadosamente evaluadas y no esperar grandes resultados con la participación social en la gestión pública. En conclusión, las transformaciones estructurales que se han desarrollado son de suma importancia para los gobiernos locales ya que las nuevas exigencias impulsan la formulación de políticas públicas y la innovación en diferentes ámbitos, favoreciendo la corresponsabilidad en asuntos públicos de diversa índole.

Para analizar la gobernabilidad y gobernanza en los gobiernos y administraciones públicas locales, resulta fundamental revisar los cambios dados de la administración pública a la gerencia pública, tales como la descentralización, las estructuras institucionales horizontales distintas al modelo burocrático, entre otros. En este proceso se observa la transformación de una gobernabilidad autoritaria hacia la gobernabilidad democrática en proceso de consolidación.

Además de establecer estructuras organizacionales horizontales, otro reto del modelo post burocrático es aprovechar las tecnologías desarrolladas en el sector empresarial e implementarlas en el sector público con el objetivo de elevar la calidad de vida de los ciudadanos. Aguilar Villanueva (2006 citado en Moreno, 2012) subraya que la diferenciación de gobernación con gobernanza surge después de las crisis, dado que solo así se contrastó la acción del gobierno y la dirección efectiva

de la sociedad, en donde el gobierno por sí solo no era suficiente para dirigir y que más bien pudo ser causa de desgobierno en aspectos relevantes de la vida social.

En el marco de la gobernanza, se observa interacción creciente entre el Estado y la sociedad, por lo que la demanda de transparencia por parte de los actores involucrados se intensifica, más aún con las presiones sociales. Por lo anterior, se exige una alta profesionalización del personal de las administraciones públicas sin las viejas prácticas ligadas al nepotismo y perfiles equivocados al frente de puestos de los tres niveles de gobierno. Los gobiernos locales cuentan algunas ventajas para canalizar la energía social en beneficio de la comunidad como pueden ser (Moreno, 2012):

- Generar conciencia sobre las ventajas de tomar parte en los asuntos públicos del municipio.
- Probar una gestión de proximidad por la cercanía geográfica y el contacto diario con la ciudadanía
- Difundir asuntos que eran exclusivos de la administración pública ahora con la sociedad civil.

Según Moreno (2012), para fomentar una mayor participación ciudadana al tiempo de mejorar la confianza en las instituciones la transparencia es crucial, especialmente en aspectos como:

- a) La ejecución de programas sociales
- b) La formulación, implementación y evaluación de políticas públicas
- c) La acción gubernamental

Con lo anterior se puede entender por qué la gobernanza corresponde a una sociedad alentada a participar preferentemente de manera organizada, que puede establecer o ser parte de redes nacionales e internacionales, así como entidades dedicadas a evaluar la gestión gubernamental.

3.6 Sostenibilidad

El turismo inteligente se fundamenta en la transversalidad de la sostenibilidad, puesto que un destino sin criterios sostenibles no alcanza la condición de inteligente. En este sentido, las estrategias de inteligencia aplicadas deben abordar los desafíos que se interpongan hacia la sostenibilidad urbana, buscando elevar tanto la calidad de vida como la competitividad turística. Son tres pilares esenciales para llegar a lo anteriormente dicho (González Reverté, 2019):

1. Equidad y eficiencia social y económica, con un deseable ahorro de energía
2. Gobernanza en cuanto a la información
3. Optimización de la experiencia turística

Desde 1995, la OMT generó una propuesta de indicadores que han podido guiar a empresas y proyectos turísticos desde el interés de la gestión ambiental de las empresas, muchas de las cuales han englobado también a las otras dimensiones como son la económica y sociocultural dentro de la sostenibilidad. Los indicadores clave de turismo sostenible son (OMT, 1995):

1. Protección del sitio. Categoría de protección del sitio según el índice de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza.
2. Presión. Número de turistas que visita el sitio (por mes o año).
3. Intensidad de uso. Intensidad de uso en temporada alta (personas por hectárea).
4. Impacto social. Ratio entre turistas y residentes.
5. Control de desarrollo. Existencia de procedimientos de revisión ambiental o controles formales del desarrollo del sitio y densidades de uso.
6. Gestión de desechos. Porcentaje de aguas residuales del sitio receptor del tratamiento.
7. Proceso de planificación. Existencia de plan regional organizado para la región de destino turístico.
8. Ecosistemas críticos. Número de especies raras o en peligro.
9. Satisfacción del turista. Nivel de satisfacción del visitante.
10. Satisfacción de la población local. Nivel de satisfacción de residentes.

11. Contribución del turismo a la economía local. Proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo.

Se tienen los índices compuestos sobre a la capacidad turística del destino, para que la afluencia no haga una presión excesiva; se miden los atributos con que cuenta el sitio, pero se sabe que pueden cambiar con el tiempo (OMT, 1995).

Según López de Ávila y García (2015), la integración del desarrollo sostenible en los DTI resulta imprescindible, ya que se persigue la optimización de la experiencia turística y el bienestar de la población residente de manera simultánea. La sostenibilidad abarca la visión del empresariado local que busca negocios económicamente sostenibles, pero también se debe conocer a los residentes, quienes podrían intuir dificultades derivadas de la convivencia con los visitantes.

En consecuencia, el turismo se une al paradigma del desarrollo sostenible e incluso sólo si involucra múltiples actores y niveles, fomentando la cooperación entre administraciones públicas, el sector privado, la comunidad local y los turistas y visitantes. Asimismo, se debe incorporar el desarrollo y la gestión sostenibles del turismo en la agenda general de las ciudades (OMT, 2022). De esta manera, la sostenibilidad debe permear todos los eslabones de la cadena de valor turística, reclamando un enfoque multidisciplinar en su gestión. Se trata de un objetivo ineludible para el sector, orientado a la consecución de la resiliencia e inclusión por lo que el desarrollo y la gestión sostenibles del turismo para el caso de las ciudades se encuentren previstos en la agenda urbana general.

La sostenibilidad turística trasciende la mera protección medioambiental, englobando ámbitos como la preservación y respeto al patrimonio cultural, pero también tiene en cuenta el desarrollo económico del destino turístico, así como el de la comunidad, por lo que se espera el respaldoado mediante políticas de turismo sostenible. Según García Moreno y Fernández Alcantud (2022), la sostenibilidad constituye un principio para cualquier ámbito incluido el turístico dado que el territorio sustenta la actividad turística y se requiere del cuidado de los recursos naturales y culturales por el bien del desarrollo local y de la comunidad (ver Figura 19).

Figura 19. Dimensiones del turismo sostenible



Fuente: Turismo de Tenerife (2024).

Durante la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en 1993, la OMT definió que el turismo sostenible atiende la necesidad de turistas y residentes al tiempo de mejorar el panorama hacia el futuro mediante la gestión de recursos, por la inherente dependencia hacia lo social y lo económico, pero sin trastocar la integridad cultural, los procesos de la naturaleza y la biodiversidad. Acorde a García Moreno y Fernández Alcantud (2022), la ruta de la mejora continua desde la sostenibilidad incluye una gestión turística sostenible y responsable, con la proyección de planes de eficiencia energética implicando energías limpias; se agrega la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial y, por su puesto, el impulso a la economía y empleo locales. Sin embargo, los retos asociados a la sostenibilidad turística se enlistan a continuación:

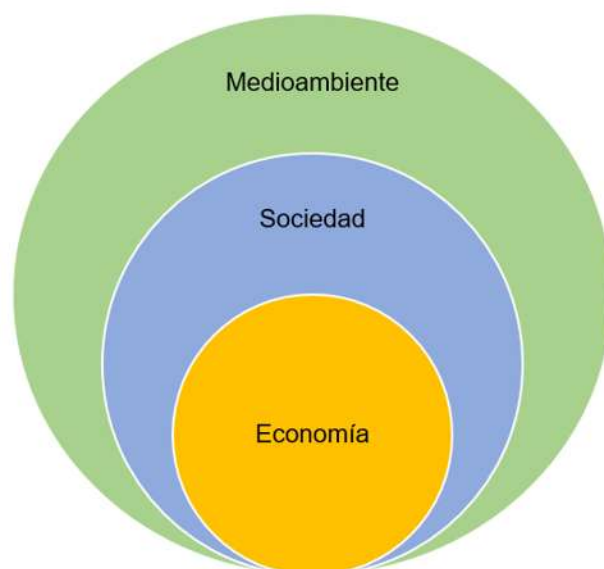
1. Gobernanza para la sostenibilidad turística. Requerimientos como instrumentos de política turística alineados con la sostenibilidad, planes de marketing sostenible, y la gestión sostenible de los recursos turísticos.
2. Gestión de la estacionalidad. Refiere mecanismos que permitan distribuir la demanda y diversificar la oferta territorial, promoviendo distintos segmentos del turismo.
3. Gestión de la sostenibilidad en el sector privado. Incentivar la adopción de prácticas sostenibles por parte de todas las empresas turísticas, en especial a las pymes.
4. Cambio climático. Estrategias de adaptación que incluyan reducción de gases de efecto invernadero, la compensación de huella de carbono y otras acciones de las que pueda participar el sector turístico.
5. Protección del entorno natural local y de su biodiversidad. Conocer y mantener la mejora continua de la flora y fauna, además de los paisajes.
6. Fomento de la movilidad sostenible. Por ejemplo, con el uso de la bicicleta y también si tanto vehículos particulares como transporte público son híbridos o eléctricos.
7. Monitorización de la actividad turística y capacidad de carga. Especialmente en temporadas altas se complica la supervisión de prácticas sostenibles y se propone una redistribución de los flujos turísticos.
8. Campañas de sensibilización en sostenibilidad. Son dirigidas al turista y al ciudadano por igual. Pueden ser sobre el ahorro del vital líquido, tirar la basura en su lugar, el respeto a las áreas verdes y el cuidado de sus mascotas.
9. Mejora de la formación en sostenibilidad. Es posible que exista un desconocimiento de la sostenibilidad en el turismo por parte de las organizaciones turísticas en general.
10. Conservación y recuperación del patrimonio cultural. Lo primero es conocer los recursos de tipo patrimonial para elaborar planes de actuación.
11. Derechos laborales y sostenibilidad social. La igualdad de género, empleos sostenibles comenzando con condiciones laborales dignas en el sector.

3.6.1 El desarrollo turístico sostenible y sus indicadores acorde a Ivars-Baidal

Las dimensiones que refiere la OMT son la económica, la ambiental y la sociocultural cuando se asume al turismo sostenible como eje para la conservación de los recursos naturales, el respeto al patrimonio y la autenticidad sociocultural de las comunidades locales; a ello se agrega el desarrollo económicamente viable y beneficioso para la comunidad local. Ahora bien, la creación de un sistema de indicadores permite medir los progresos hacia la sostenibilidad, apoyar la toma de decisiones y comunicar públicamente la información (Ivars Baidal, 2001).

El turismo sostenible surge como una vía para equilibrar el crecimiento económico con la preservación ambiental y la equidad social. Su implementación ha evolucionado en diferentes declaraciones y documentos internacionales, como la Declaración de Manila de 1980, la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote de 1995, la Agenda 21 para el sector de Viajes y Turismo del mismo año y el Código Ético Mundial para el Turismo de Santiago de Chile de 1999. Lo anterior refleja una constante preocupación sobre la sostenibilidad y la preponderancia que tiene el medioambiente con respecto de la economía y la sociedad (ver Figura 20).

Figura 20. Círculos concéntricos del turismo sostenible



Fuente: OMT (2024).

Siguiendo a Ivars Baidal (2001), el turismo está obligado a ponerse del lado de los recursos naturales, los cuales son tanto atractivos turísticos como factores de producción. Sin embargo, el riesgo de generar impactos negativos puede intensificarse con el crecimiento del sector y por ello, las políticas de desarrollo deben buscar además del progreso económico, la protección ambiental y la justicia social, lo que estaría reconfigurando la planificación y gestión turística.

El desarrollo turístico sostenible implica un proceso de transformación cualitativa, impulsado por la voluntad política y la participación de la sociedad civil bajo un marco institucional y legal. El ideal de la sostenibilidad suele parecer utópico, pero la manera hacerlo alcanzable, a pesar de la complejidad y amplitud del concepto, es mediante algunos aspectos clave (Ivars Baidal, 2001):

- El concepto de desarrollo implica cambio y variación, por lo que es necesario transformar la calidad del crecimiento, entendiendo el desarrollo sostenible como un proceso de cambio cualitativo y no como una meta inalcanzable.
- No se debe considerar el turismo masivo y el turismo sostenible como opuestos recalcitrantes, puesto que los principios de sostenibilidad adquieren especial relevancia en destinos consolidados, en donde la presión ambiental y la dependencia económica del turismo son mayores.
- El proceso de desarrollo sostenible suele tener una base política, motivada por demandas sociales o por la previsión de riesgos asociados a la evolución turística o económica del territorio, pero siempre será oportuno contar con el marco institucional, legal y con instrumentos de planificación y gestión para avanzar hacia la sostenibilidad.
- La participación social es fundamental a la hora de buscar la conservación y mejoramiento de los recursos bioculturales sin perder de vista la viabilidad económica y la equidad social; la participación social es un basamento fundamental y estratégico.
- Para evaluar la eficiencia del proceso de desarrollo turístico sostenible, es vital contar con un sistema de información con indicadores que evalúen los aspectos citados como dimensiones de la sostenibilidad incluyendo, por

consiguiente, variables ambientales, socioeconómicas e institucionales; para lo cual se recomienda el uso de Sistemas de Información Geográfica con los cuales operar preferentemente a escala local, aunque integrando los diferentes niveles de la sostenibilidad desde lo local a lo global.

Por lo anterior, se hace evidente que la búsqueda del desarrollo turístico sostenible exige la creación de un sistema de indicadores bien planificado, previo diagnóstico y con una examinación reiterativa de la efectividad de las medidas implementadas. Estos indicadores deben partir de las dimensiones económica, ambiental y sociocultural con valores de referencia que definan los umbrales de sostenibilidad en cada aspecto evaluado, comparando el estado actual con el estado deseado.

A nivel local, es importante que los indicadores turísticos se conecten a un sistema de información territorial implicando variables ambientales y socioeconómicas. Es fundamental ampliar los objetivos más allá del análisis sectorial y observando si el turismo puede impactar en los procesos de desarrollo a distintos niveles. He aquí que el sistema de indicadores deba estar en sintonía con la planificación y gestión turística, para ser dados a conocer tanto a empresas como a dependencias municipales y se generen iniciativas de autorregulación empresarial, marcos normativos y procesos de planificación (Ivars Baidal, 2001).

La evaluación de la capacidad de carga es parte esencial para una buena planificación turística, al establecer límites óptimos de desarrollo y orientar la asignación de usos del suelo. Aunque el concepto de capacidad de carga puede ser ambiguo y complicado de evaluar, la sostenibilidad requiere de los parámetros físicos, ecológicos, sociodemográficos, económicos y políticos de los que se alimenta (Ivars Baidal, 2001).

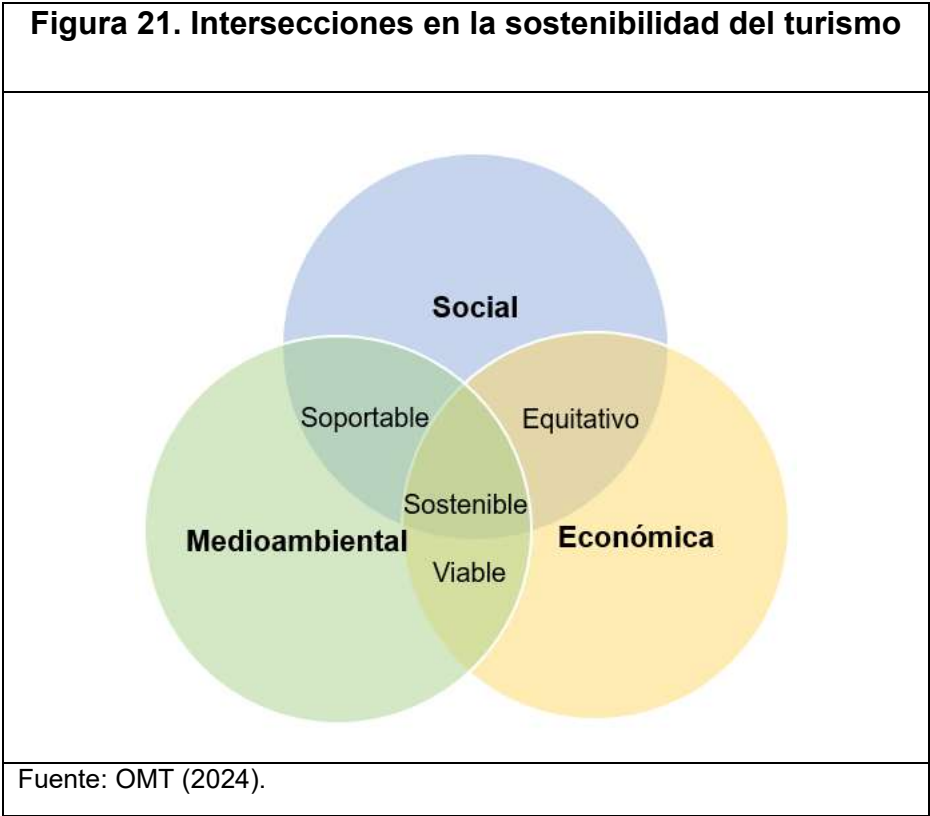
La complejidad del desarrollo sostenible demanda una visión multidisciplinar, complicando la selección de un número reducido de indicadores que sean representativos y útiles. Un buen sistema de indicadores debe reunir información objetiva, actualizada, fiable y desagregada, con seguimiento periódico y con una adecuada jerarquización.

Finalmente, Ivars Baidal (2001) recomienda que el análisis turístico a escala local debe adoptar una perspectiva territorial e integrada, coherente con los principios de sostenibilidad. Aunque puedan surgir otros instrumentos de planificación y gestión, los indicadores deben adecuarse a cada realidad local, con objetivos y alcances definidos. No olvidar ajustarse a las métricas existentes para la obtención de información, la consistencia metodológica y científica, la referencia temporal, la interrelación y ponderación de los indicadores, pero también la participación y comunicación social.

3.6.2 Enfoque de la OMT para con la sostenibilidad

La OMT ha realizado importantes aportaciones al turismo sostenible, pero se debe destacar el desarrollo de indicadores relevantes para atender las demandas del sector. En este sentido, la Guía de la OMT sobre indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos se vuelve significativa por las directrices y prácticas de gestión del turismo sostenible puesto que abarca desde el turismo de masas hasta modelos de turismo más particulares e implica algunas intersecciones de conceptos, lo que agrega complejidad (ver Figura 21). Los principios fundamentales de la sostenibilidad consideran la dimensión ambiental, económica y sociocultural, por lo que el turismo sostenible debe (OMT, 2024):

1. Aprovechar de manera óptima los recursos naturales fundamentales para el turismo, proteger los procesos ecológicos, la biodiversidad y el paisaje es prioritario.
2. Cuidar la identidad cultural de las comunidades anfitrionas y por consiguiente, su patrimonio cultural material e inmaterial.
3. Asegurar la viabilidad económica a largo plazo, distribuyendo de manera justa los beneficios socioeconómicos, generando empleos estables y oportunidades de negocio para las comunidades locales.



Pensar en el desarrollo del turismo sostenible implica la participación de todos los actores relevantes y un liderazgo político que fomente el diálogo. Se concibe como un proceso continuo, que requiere monitoreo permanente para implementar de medidas preventivas o correctivas cuando sea necesario. Además, es esencial mantener un alto nivel de satisfacción entre los turistas, con experiencias memorables y sensibilizándolos sobre la sostenibilidad durante su visita (OMT, 2024).

A pesar del creciente interés y debate en torno al turismo sostenible, no existen mecanismos homogéneos para la obtención de datos, lo que afecta al desarrollo de políticas orientadas a promover la sostenibilidad turística, además de que muchas decisiones se toman en el ámbito nacional y no local. Los elementos que no se deben omitir a la hora de revisar las dimensiones de la sostenibilidad se exponen a continuación (OMT, 2024):

1. Dimensión económica. El turismo genera beneficios económicos a nivel local, nacional y global, en forma de salarios y de ganancias directas o indirectas para los proveedores de servicios. Por lo anterior, la sostenibilidad económica implica evaluar si estos beneficios pueden mantenerse a futuro, considerando factores como la mano de obra, la tecnología, la infraestructura o la inversión, por lo que una dependencia excesiva de ciertos mercados o visitantes representa un riesgo y se hace necesario conocer los patrones de visita para identificar posibles vulnerabilidades.

La distribución de los beneficios económicos no siempre es equitativa ni constante en el tiempo, lo que afecta la sostenibilidad del sector. Por lo anterior, es fundamental invertir en educación y capacitación para fortalecer el capital humano y sostener la viabilidad económica del sector. A nivel local, los observatorios turísticos con datos sobre pernoctaciones, número de establecimientos, capacidad de alojamiento, pero también es precisa la información sobre el nivel y características del empleo por la actividad turística y su estacionalidad, para evaluar adecuadamente la dimensión económica.

2. Dimensión ambiental. El turismo enfrenta retos ambientales como el cambio climático, la generación de residuos y la presión sobre recursos naturales. Es crucial medir el impacto de la actividad turística sobre el medio ambiente y en este rubro los indicadores deben devolver información sobre las presiones que ejerce el turismo sobre el entorno, como emisiones y residuos. Otro de los aspectos a revisar es el estado de los ecosistemas por la conservación de la biodiversidad y las propuestas para mitigar los impactos ambientales. La medición debe abarcar tanto las presiones ejercidas sobre el medio ambiente como los cambios reales en la calidad del medio ambiente, por lo que se deben registrar datos sobre la gestión y tratamiento de residuos sólidos, el consumo de agua y energía junto con la previsión de fuentes de energía renovables. A esto se suma el presupuesto etiquetado para actividades de difusión del cuidado ambiental, pero también las ventajas de

ciertos subsidios y la condonación de impuestos dentro del marco de la sostenibilidad en el sector turístico.

3. Dimensión social. Por lo que implica el turismo como fenómeno social, en el que a interacción entre visitantes y residentes es inevitable, se tiene por entendido un potencial para el intercambio cultural, la inclusión y el bienestar de la comunidad, pero también se han presentado riesgos, como la presión sobre el patrimonio cultural y el aumento de los costos de vida. En esta tesitura, la gobernanza y la organización social se vuelven fundamentales para la sostenibilidad, puesto que la distribución del ingreso, el capital social y la misma seguridad tienen a ser indicadores de bienestar y muchas veces también una motivación para visitantes y turistas.

Esta dimensión se puede segmentar en cuatro perspectivas comenzando con la de los visitantes e implicando su perfil, sus motivaciones, su nivel de satisfacción y su relación con la sociedad local. La segunda perspectiva es la de la comunidad anfitriona y si una masificación turística genera ya impactos negativos en su entorno social e identidad cultural u otro elemento del bienestar. Los proveedores turísticos también tienen lugar en esta segmentación, puesto que son las unidades económicas ligadas a la actividad turística, la ocupación y la sostenibilidad laboral, además de la responsabilidad social y medioambiental. Finalmente, la perspectiva de la gobernanza donde se incluyen las OGD, las estrategias, planes y regulaciones, así como el nivel de participación de actores locales y privados.

Estas perspectivas permiten reorientar la información hacia un enfoque social, reconociendo impactos negativos y también beneficios, como es deseable cuando se cuenta con ingresos turísticos notables, las mejoras en el cuidado y la promoción del patrimonio cultural. Un tema de gran importancia es la capacidad de carga turística para gestionar los impactos sociales, de rigor para establecer el número máximo de visitantes y turistas que puede recibir un destino sin afectar el territorio ni la satisfacción propia de estos (OMT, 2024).

3.7 Innovación

La innovación resulta de la integración de distintos elementos provenientes de la comunicación e interacción entre profesionales diversos. No obstante, el aprendizaje también se genera durante las actividades económicas habituales, cuando se modifican algunos aspectos de la producción con objetivos definidos o con la ausencia de estos. Así se generan nuevos conocimientos, a menudo tácitos y específicos de cada organización, pero que pueden ser el inicio de procesos innovadores (Johnson & Lundvall, 1992).

La innovación de productos ocurre con más frecuencia que la innovación de procesos. Mientras que las empresas involucradas tanto en la innovación de sus productos como en sus procesos forman una minoría. En la mayoría de los casos, la innovación de productos conduce a una variedad más amplia de productos y servicios ofrecidos, también una mayor calidad de los servicios y/o productos, además de nuevos mercados. La innovación de procesos, por su parte, conduce a una mayor flexibilidad y capacidad, pero también genera menores costos.

Acorde a Taboada y colaboradores, (2012) La innovación trasciende su dimensión económica, destacándose tanto en productos como en procesos donde el conocimiento es un fundamento esencial para comprender la interacción entre aprendizaje e innovación, favoreciendo así la retroalimentación entre exploración y explotación. Bajo este enfoque, las políticas de innovación deben orientarse a promover y facilitar la generación, aplicación y difusión de nuevas ideas.

Para abordar la miopía cognitiva, resulta fundamental que las empresas identifiquen y complementen sus conocimientos a partir de vínculos con otras organizaciones, normalmente empresas que posean diferentes capacidades cognitivas, como son las experiencias acumuladas en el mercado, los avances en aspectos tecnológicos y las propias competencias organizacionales. La suma de este conocimiento al interior de la empresa contribuye a incrementar la flexibilidad, diversificar competencias y optimizar la eficiencia. En este sentido, la organización debe reducir una distancia cognitiva reducida para utilizar eficazmente los recursos disponibles

(explotación) y, al mismo tiempo, colaborar con otras empresas para desarrollar nuevos recursos y competencias (exploración) (Taboada et al., 2012).

Nooteboom (2000 citado en Taboada et al., 2012) propone una fórmula en la que las empresas pueden mejorar sus competencias sin arriesgar el terreno ganado, el cual se conoce como ciclo de aprendizaje o de descubrimiento compuesto por cinco fases que se recomiendan circulares: consolidación, generalización (difusión), diferenciación, reciprocidad y acomodación (ver Tabla 15).

Tabla 15. Ciclo de aprendizaje o de descubrimiento en la innovación		
Fase	Descripción	Resultados/Características
Consolidación	Surge un diseño con potencial para solucionar problemas; conocimiento menos tácito y más codificado	Comercializable e imitable; depurado y con forma de prototipo general
Generalización	Plataforma que permite la transferencia de conocimiento	Se apunta hacia la exploración, pero se mantiene la explotación
Diferenciación	Análisis de prácticas realizadas con el nuevo conocimiento para distintos escenarios	Innovación incremental, nuevas condiciones de demanda y de producción
Reciprocidad	Se retroalimentan éxitos o fallas detectadas en la aplicación del prototipo	Experiencias y aprendizaje sobre los conocimientos obtenidos mediante las prácticas
Acomodación	Se reconocen ciertos procesos que pueden ser obstáculo en etapa avanzada	Las novedades emergentes alcanzan su potencial y se tiene una guía hacia nuevos diseños dominantes.
Fuente: Elaboración propia con base en Taboada <i>et al.</i> (2012).		

En síntesis, el fundamento teórico de este proceso de innovación sostiene que si la cognición se construye sobre interacciones sociales, se genera una secuencia que va de la generación de ideas al desarrollo y después a la difusión, consolidación y diferenciación. Este proceso vuelve a conectar de la acomodación hacia la primera fase, con lo que se confirma una codependencia existente entre los procesos de explotación y exploración Nooteboom (2009 citado en Taboada et al., 2012).

3.7.1 En aras de la innovación, siguiendo a Nooteboom y Stam

Según Nooteboom y Stam (2008), la innovación puede entenderse tanto como una actividad como por sus resultados. En cuanto a sus resultados, representa una modalidad novedosa para llevar a cabo las funciones predeterminadas. Este concepto abarca tanto la creación de bienes, de servicios y de procesos en el sector privado como la incorporación de innovaciones en el sector público. De este modo, la innovación implica invención, desarrollo de nuevas ideas y su posterior difusión; la novedad constituye el elemento central, ya que la innovación significa, literalmente, la introducción de algo nuevo. En el debate contemporáneo, la innovación se ha circunscrito de gran modo en el ámbito económico, pero también se ha abordado respecto a problemas sociales, así como sus aportaciones en el desarrollo personal e incluso como instrumento para promover la paz mundial y la preservación ecológica.

La definición fundamental de innovación fue proporcionada por Joseph Schumpeter (1934 citado en Nooteboom y Stam, 2008), cuando refiere tanto se puede mejorar la calidad de un bien, concebir un nuevo método de producción, descubrir una fuente de suministro de materiales, de insumos o la renovación en cuanto a la organización de cierta industria. En este punto, la innovación puede asemejarse al cambio tecnológico y también al cambio organizacional e implica una destrucción creativa, puesto que los nuevos conocimientos, mercados y empresas, además de los nuevos empleos vuelven obsoleto todo lo anterior.

El proceso de innovación abarca diversas etapas que incluyen la generación de ideas y la adquisición de conocimientos, pasando por el desarrollo y la realización de pruebas en la fase de exploración, hasta llegar a la aplicación mediante la introducción de nuevos productos o procesos. Posteriormente, se da lugar a la mejora continua, la difusión de las innovaciones y finalmente la diferenciación o explotación de estas. Es probable que la innovación sea novedosa para el mercado no necesariamente por el nivel de innovación de la empresa, sino porque ese mercado puede estar atrasado en comparación con otros. Es bien sabido que aún existen limitaciones en la medición de los impactos de la innovación, ya que estos

pueden ser indirectos, toman tiempo en manifestarse y en ocasiones no se pueden detectar con claridad, como los efectos culturales. Asimismo, faltan indicadores que permitan evaluar los efectos institucionales que pueden favorecer u obstaculizar la innovación. Las innovaciones pueden ser radicales o incrementales (Nooteboom & Stam, 2008):

- 1) Las innovaciones radicales. Son genéricas, generan oleadas de cambios e impulsan innovaciones que mejoran y expanden su aplicación.
- 2) Las innovaciones incrementales. Amplían y diversifican el uso de las innovaciones, son más frecuentes que las incrementales y pueden tener un impacto igual o mayor.

Acorde a Nooteboom y Stam (2008), la innovación se manifiesta como un fenómeno de red por la interacción entre diversas empresas, la academia y el sector público, lo que se ha denominado frecuentemente como "triple hélice". Esto se encuentra profundamente vinculado a la infraestructura local y la situación en cuanto a instituciones y políticas públicas, donde se configuran los sistemas regionales de innovación y los clusters locales.

En las versiones económicas tradicionales de la política de innovación, predomina el enfoque del *laissez faire*, permitiendo al mercado lograr una eficiencia óptima a través de una reducción de barreras para la creación y el desarrollo de las empresas. Sin embargo, los cambios derivados de la innovación necesitan del ajuste de políticas públicas para restablecer la estructura de mercado óptima. En todo caso, la intervención estatal solo se justifica en fallas de mercado ligadas a la falta de inversión en nuevos conocimientos. Es en este punto donde se realizan subvenciones a la investigación y desarrollo (I+D) con miras a la creación de nuevas empresas con base tecnológica, lo cual alienta al desarrollo de nuevas tecnologías aplicables en diversos sectores de la economía (Nooteboom & Stam, 2008).

La innovación requiere tanto ciencia, tecnología y espíritu emprendedor como recursos financieros, un buen sistema educativo, capacitación e instituciones que regulan los derechos de propiedad, la competencia y la transparencia. La comunicación entre las diferentes organizaciones bajo un marco institucional resulta

central para que la innovación ocurra y, en todo caso, también se pueden dar cambios institucionales. El proceso de innovación no sigue una trayectoria lineal al implicar la retroalimentación reiterativa por las pruebas y la puesta en práctica de nuevas ideas, por lo que se pueden visualizar tres procesos esenciales (Nooteboom & Stam, 2008):

- 1) La creación de variedad, que surge del espíritu empresarial, la invención y la investigación básica.
- 2) La selección, presente en las pruebas experimentales dentro de las empresas, la competencia en nichos organizacionales y la regulación.
- 3) La transmisión, que depende de la educación, la formación y la imitación.

Para que la innovación se materialice, es esencial un cambio institucional, ya que las normas y reglamentos existentes (técnicos, de seguridad, comerciales, fiscales, legales) y las estructuras de mercado (como canales de distribución, mantenimiento o posiciones comerciales) pueden obstaculizar el cambio. Las barreras suelen ser generadas por las instituciones, por lo que las innovaciones radicales llegan cuando se adaptan al orden institucional y de mercado (Nooteboom & Stam, 2008).

El concepto de innovación abierta sostiene que las empresas deberían innovar de siempre en colaboración con otros actores, lo que aporta mayores ventajas que conducen a novedosas ideas, productos y procesos. La colaboración puede darse con proveedores, clientes, empresas de mercados relacionados e, incluso, con competidores. Es un hecho que la cognición es distinta entre las personas según sus trayectorias de vida, países, tecnologías y formas organizacionales, pero esta distancia puede ser una oportunidad al posibilitar el aprendizaje de cosas nuevas. Por ello, la innovación abierta requiere la gestión activa de la distancia cognitiva, lo cual demanda nuevos actores y colaboración estrecha. La innovación requiere apertura en cuatro dimensiones principales (Nooteboom & Stam, 2008):

- a) Apertura a la incertidumbre propia del proceso de innovación y con mayor probabilidad en la exploración.
- b) Apertura a la cooperación con otras organizaciones, manteniendo una distancia cognitiva óptima.

- c) Apertura a la participación de nuevos actores innovadores.
- d) Apertura a nuevas áreas de aplicación en países, industrias, mercados y organizaciones diferentes.

Lo anterior puede contraponerse a determinadas políticas de innovación que tienden a establecer barreras cuando implican objetivos, actores, programas, industrias y tecnologías puntuales. En esta tesitura, es imprescindible que las políticas públicas pasen de una simple observación descriptiva a la normativa que promueva la cooperación entre ciencia, gobierno y empresas para estimular la innovación. Otra cuestión política relevante es hasta dónde es necesaria y deseable la protección de la propiedad intelectual. Si bien en ciertas industrias se requiere, la protección excesiva puede ralentizar la difusión pudiendo ser mejor un libre flujo de información para alentar a la innovación (Nooteboom & Stam, 2008).

3.7.2 Innovación y redes interorganizacionales según Nooteboom, Went, Meeus, Oerlemans y Kenis

Acorde a Meeus *et al.* (2008), las actividades innovadoras suelen ser resultado de dinámicas ambientales, como los procesos de diferenciación ante productos competidores, ya sea en anticipación o en respuesta a ellos. Asimismo, la introducción de tecnologías novedosas y las transformaciones regulatorias —como la liberalización de mercados previamente monopolizados— pueden fomentar la innovación. Para adaptarse a estas dinámicas las organizaciones deben fortalecer sus capacidades, lo que implica el desarrollo de actividades innovadoras tanto en I+D formales como informales. Dichas iniciativas requieren inversiones considerables y presentan riesgos elevados, con relaciones costo-beneficio muchas veces indeterminadas. Al evaluar la innovación organizacional, es fundamental considerar cuatro elementos (Nooteboom & Went, 2008):

1. Complejidad de la innovación social: las innovaciones organizacionales producen impactos sobre los indicadores de desempeño;

2. Ciclo de vida de la innovación organizacional: más durables que las innovaciones de producto, pero se debe identificar el porcentaje de empresas que han implementado efectivamente innovaciones organizacionales en los últimos tres años;
3. Grado de implementación: conocer el alcance de la incorporación de las innovaciones organizacionales en procesos internos y con el consumidor final;
4. Calidad de la innovación organizacional: al recopilar la información sobre las innovaciones entre empresas es primordial comprender los términos como trabajo en equipo o gestión de la calidad total según la organización.

Se estima que la I+D y la inversión en TIC representan aproximadamente el 25% de la innovación total, mientras que la innovación social incide en un 75%. La innovación social se enlaza al desarrollo de competencias gerenciales (gestión dinámica), la instauración de principios organizativos innovadores (estructuras flexibles) y la aplicación de métodos avanzados de trabajo (trabajo inteligente y gestión del talento), todos enfocados en potenciar la competitividad y la productividad (Volberda et al., 2006 citado en Noteboom y Went, 2008).

Para promover la innovación social y fortalecer las relaciones laborales, resulta fundamental que empleados y empleadores colaboren e interactúen activamente dentro de las estructuras organizacionales existentes. Es imprescindible propiciar el aprendizaje continuo, el desarrollo organizacional y el trabajo en equipo. Es cierto que la implementación de dichos cambios puede contar con la resistencia desde niveles gerenciales, por la premura con que se exigen resultados notables y cuantificables o por las dudas que genera flexibilizar los mecanismos de control. Ahora bien, la estrategia empresarial de explotación o exploración se determinaba según la etapa del ciclo de vida en la cual se encontraba la organización o el sector industrial correspondiente (ver Tabla 16). Actualmente, todas las empresas deben ejecutar actividades de explotación para asegurar su sostenibilidad a corto plazo, complementadas por acciones exploratorias enfocadas al crecimiento a largo plazo (Nooteboom & Went, 2008).

Tabla 16. Innovación exploratoria y explotadora

Elemento	Innovación exploratoria	Innovación explotadora
Definición	Innovaciones radicales que van a paliar las necesidades de clientes o de mercados emergentes	Innovaciones incrementales y se han pensado para satisfacer a los clientes o mercados ya existentes
Resultados	Novedad en diseño, apertura de nuevos mercados y de canales de distribución	Diseños, mercados y canales de distribución existentes
Base de conocimientos	Conocimiento nuevo que llega a cuestionar el predefinido	Ampliar y estructurar el conocimiento y las habilidades existentes
Factores determinantes	Búsqueda, experimentación, flexibilidad y asumir riesgos	Perfeccionamiento, producción, eficiencia y ejecución
Actuación	Distante e incierta	Beneficios a corto plazo

Fuente: Jansen (2005 citado en Nooteboom y Went, 2008).

Las pequeñas empresas pueden contar con menos recursos para la innovación, poco personal especializado y un nivel bajo de I+D y experimentación. Sin embargo, debido a su tamaño, menor distancia entre administración, producción y clientes e incluso la informalidad, llevan cierta ventaja para combinar la explotación y exploración. Las organizaciones más grandes tienen un panorama difícil cuando la explotación constituye un elemento primordial de la organización y se vuelve sistémica, por los componentes que se encuentran conectados y se tiene poco espacio para la experimentación, más aún para la prueba y error necesarios para la exploración (Nooteboom & Went, 2008).

Meeus, Oerlemans y Kenis (2008) señalan que, en diversos campos como la organización, los negocios y la economía se tiene un interés creciente por las relaciones interorganizacionales (iors) y las redes organizacionales (iones). Es un aspecto innovador de las organizaciones según el desempeño y alcance que

muestren, en las que la centralidad es la primera propiedad del actor individual dentro de la red y dependerá de la cantidad de vínculos establecidos con otros actores, lo que indica si el actor central es atractivo como socio. Una relación positiva entre los niveles de centralidad y la innovación sucede cuando:

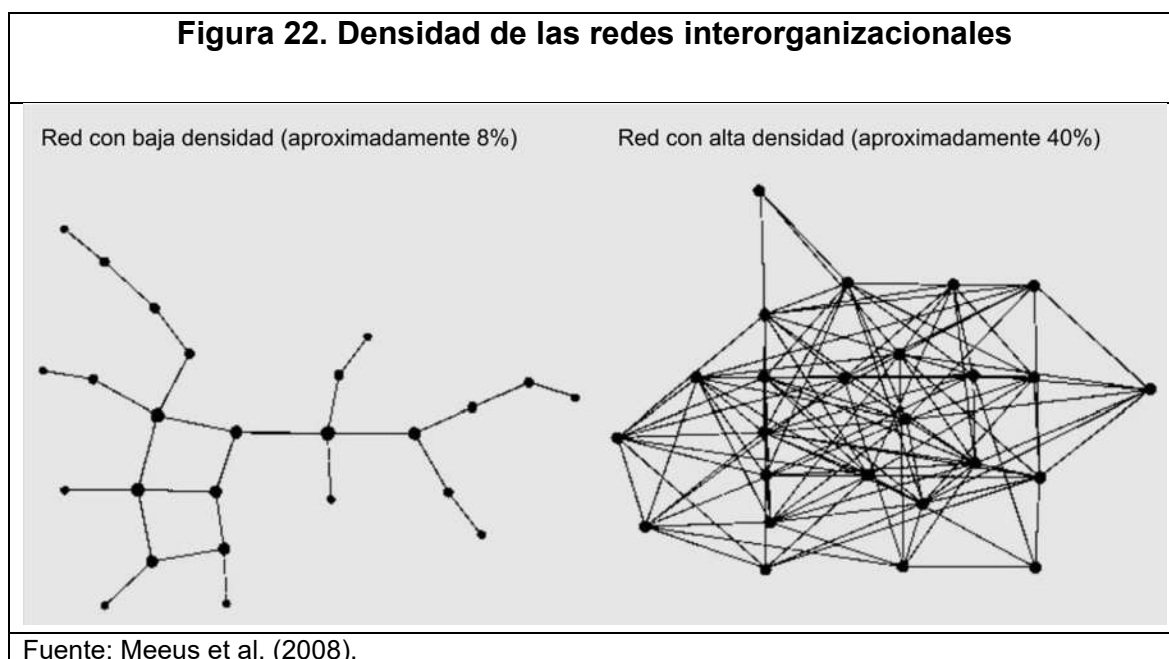
- 1.- Los actores centrales cuentan con mayor holgura, a raíz de que la centralidad refleja la cantidad y calidad de recursos críticos; esencial para la experimentación e innovación.
- 2.- El entorno se caracteriza por un conocimiento abundante y complejo que favorece la innovación, ya que las diversas fuentes de información estimulan nuevas ideas. El actor central que dispone de diversas fuentes de información apunta a un mejor desarrollo innovador.
- 3.- Es improbable que los actores centrales imiten prácticas existentes y buscan innovar, por lo que los pioneros deben continuar innovando en la búsqueda por mantener su posición central dentro de la red.

El alcance de la red es la segunda característica estructural de la red interorganizacional del actor central, misma que es fundamental para culminar una innovación. Dicho alcance implica que las organizaciones integrantes cuentan con cierta heterogeneidad y así, la relación entre el alcance de la red y la innovación tienen dos posibilidades (Meeus *et al.*, 2008):

- ✓ Una dependencia del actor central con las relaciones interorganizacionales dadas entre actores homogéneos puede limitar el aprendizaje iterativo y la retroalimentación necesaria para innovar. Por ello, si los innovadores adaptan sus desarrollos a contextos y necesidades vinculadas con actores heterogéneos, los desarrollos innovadores contarán con modificaciones y una retroalimentación plural.
- ✓ En segundo lugar, las relaciones interorganizacionales entre actores diversos facilitan la posibilidad de transformar las invenciones en productos nuevos o mejorados. Asimismo, la interacción con una mayor variedad de actores promueve la transferencia de conocimientos e información que se

complementa con otros recursos para mejorar algunos procesos y productos difíciles de desarrollar individualmente. De este modo, una organización con mayor alcance de red tiene acceso a un mayor portafolio de recursos cognitivos, lo cual constituye una ventaja competitiva.

Otra de las cuestiones a revisar en una red según Meeus y colaboradores (2008), es la correlación positiva que se tiene con la innovación, puesto que un elevado nivel de densidad genera mayor comunicación entre los actores, abriendo el acceso a información novedosa y conocimientos que estimulan la innovación. Además, las redes densas funcionan como grupos que desarrollan una confianza mutua y la consolidación de valores y normas mitigando el oportunismo. En conclusión, las redes con alta densidad ofrecen condiciones óptimas para la transferencia de conocimiento, especialmente tácito (ver Figura 22).



3.8 Tecnología

El consumo, la producción y la comercialización de los productos turísticos se han visto impactados en gran medida por las TIC, pero lo que se tiene conforme pasa más el tiempo es una cantidad de información inimaginable en tamaño ubicada en el *Open Data* y en el *Big Data*, lo que normalmente mejora la gestión del turismo,

por lo que un factor determinante en un DTI es la conexión a Internet tanto en edificios públicos como en plazas y parques, de igual manera en los espacios cerrados como restaurantes, cafeterías y alojamientos. En esta tesitura, el uso de sensores debe tenerse en cuenta para tener un mejor control en aspectos que contribuyen a la sostenibilidad implicando tecnología (Arévalo *et al.*, 2022).

El concepto de Internet de las Cosas tiene sus antecedentes desde 1999 en el Instituto Tecnológico de Massachusetts, cuando Kevin Ashton hizo referencia al número excesivo de objetos y personas que se podían encontrar en la red, sin imaginar que en estos días se encuentran más objetos conectados a Internet que personas en el mundo. El Internet de las Cosas puede fungir como herramienta que motive a la participación activa de los ciudadanos y así poder conocer los intereses u opiniones sobre proyectos de movilidad, la calidad de vida, el medio ambiente, los atractivos culturales, pero también mejoras en el patrimonio cultural o productos turísticos. El reto de un entorno inteligente es promover soluciones o mejoras en lo anteriormente mencionado, además de seguridad, desarrollo sostenible y bienestar social (Gómez Oliva *et al.*, 2017).

El Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVATTUR), afirma que se deben tomar en cuenta algunos aspectos prácticos cuando se busca introducir tecnología y así poder mitigar los riesgos (INVATTUR, 2023):

1. Adhesión a estándares. Evitar soluciones propias, aunque parezcan buena idea, pues el uso de estándares facilita la interoperabilidad.
2. Uso de plataformas abiertas (*Open Source*). Tanto en software como en hardware es la manera de ir a la par de lo más reciente.
3. Sensibilización y educación digital local. La comunidad local debe poder incorporarse a las dinámicas de un destino inteligente.

La acción tecnológica debe contar con la colaboración público-privada efectiva, es decir, la implicación de todos los actores del destino. En el ámbito turístico ya se encuentran términos como *wearable technologies*, *bitcoins*, *Cloud Computing*, *Big Data* e Internet de las Cosas, los cuales pueden incrementar la complejidad del escenario de la actividad turística actual (INVATTUR, 2023) (ver Tabla 17).

Tabla 17. Tecnologías y su aplicación en el ámbito turístico

Tecnología	Descripción	Aplicaciones en turismo
<i>Wireless Fidelity</i> (Wi-Fi)	Conectividad inalámbrica, acceso a Internet gratuito	Facilitar el marketing online, gestión turística
Apps móviles	Aplicaciones para dispositivos móviles	Geolocalización, compartir experiencias, compras
Pagos vía móvil	Apps bancarias, monedas virtuales como bitcoins	Conveniencia, ubicuidad, desplazamiento del ordenador tradicional
<i>Radio Frequency Identification</i> (RFID)	Identificación por radiofrecuencia, etiquetas y antenas	Cerraduras de hoteles, promocionales, enlaces a redes sociales
<i>Near Field Communication</i> (NFC)	Comunicación de campo cercano, evolución de RFID	Interacción entre dispositivos, firmado electrónico, pagos móviles
Códigos <i>Quick Response</i> (QR)	Representaciones gráficas bidimensionales	Interacción turista-destino, lealtad hacia organizaciones turísticas
<i>Wearable technologies</i>	Relojes inteligentes, gafas, prendas tecnológicas	Información útil sobre el destino, herramienta para encontrar servicios
Realidad aumentada	Tecnología ligada al entretenimiento digital	Mejorar experiencias turísticas
Cloud Computing	Computación en la nube para operar archivos y programas sin instalación	Profundizar análisis y mejorar la toma de decisiones en el destino
Internet de las Cosas	Conexión de todo tipo de dispositivos a Internet	Sensores, artículos de vestir, electrodomésticos interconectados
<i>Big Data</i>	Análisis de grandes volúmenes de información digital	Anticipar necesidades, innovar productos y servicios turísticos
Monedas virtuales	Pagos electrónicos descentralizados (<i>Peer-to-Peer</i>)	Transacciones en línea sin intermediación financiera
Fuente: Elaboración propia con base en INVATTUR (2023).		

La sensorización se aplica de manera creciente en los destinos turísticos especialmente urbanos y se destinan para servicios concretos, como el control de tráfico o la monitorización de parámetros ambientales, por lo que no suelen estar orientados a la gestión turística. Sin embargo, los destinos turísticos deben (INVATTUR, 2023):

1. Integrar la sensorización a la estrategia de DTI.
2. Definir un modelo Wi-Fi público económicamente sostenible y beneficioso para turistas y para la población local.
3. Integrar la sensorización en los sistemas de información para la gestión.

La sensorización puede brindar amplias ventajas para el turismo, como fuente de información a diferentes tipos de usuarios, gestionar servicios o experimentar nuevas funcionalidades en los destinos. Las TIC amplían las posibilidades de optimizar los sistemas de información turística, especialmente al cambiar procesos y adoptar estrategias avocadas a gestionar los grandes volúmenes de datos provenientes de Internet, las redes sociales, los sensores mismos y encuestas. El sistema de inteligencia turística regularmente está basado en la nube, se debe desarrollar progresivamente y depender de la colaboración de los destinos para mantener su utilidad y viabilidad; el objetivo final es la mejora en la toma de decisiones a partir de una estructura con los siguientes elementos implicados (INVATTUR, 2023):

1. Repositorio único y actualizado de información turística.
2. Crowdsourcing para estructurar datos y obtener opiniones.
3. Automatización de procesos y generación de encuestas online.
4. Integración de los datos recabados por sensores.
5. Monitorización de redes sociales para la recolección de datos.
6. Visualización clara de datos mediante cuadros de mando adaptados.
7. Comparación entre destinos (*benchmarking*).
8. Apertura de datos turísticos para nuevos negocios.
9. Herramientas para que empresas comparen sus propios datos con los del destino.

3.8.1 La tecnología en la actividad turística según Buhalis

Los avances de las TIC han cambiado las mejores prácticas operativas y estratégicas para las organizaciones a nivel global, por lo que la competitividad de empresas y regiones de todo el mundo ha podido aumentar (Buhalis & Law, 2008). El turismo electrónico, definido como la aplicación de las TIC en la industria del

turismo ha afectado dramáticamente la gestión estratégica y operativa de las organizaciones y destinos turísticos. El comercio electrónico parece ser un requisito esencial para el éxito de las organizaciones en el entorno empresarial emergente, globalmente interconectado y potenciado por Internet (Buhalis & Jun, e-Tourism, 2011).

A nivel macro, economías enteras fueron empoderadas para comunicarse y comerciar a través de herramientas electrónicas, determinando su capacidad para competir dentro de la economía global. Ahora bien, se observa una brecha digital en la difusión de las TIC en el sector turístico, lo que ocasiona que las comunidades no puedan mejorar los impactos sociales y económicos. La revolución tecnológica debería dirigir a los países hacia el entorno turístico global, en especial a través de las telecomunicaciones, para lo cual además de *hardware* y *software*, se deben desarrollar tres aspectos más (Buhalis & Jun, e-Tourism, 2011):

- *Netware*. Equipo y software necesarios para desarrollar y soportar una red o un sistema interconectado de computadoras, terminales y canales y dispositivos de comunicación.
- *Groupware*. Herramientas de comunicación, como correo electrónico, correo de voz, fax, videoconferencia que fomentan la comunicación electrónica y la colaboración entre grupos.
- *Humanware*. El intelecto necesario para el desarrollo, programación, mantenimiento y operación del desarrollo tecnológico. Humanware incorpora el conjunto de conocimientos y experiencia de la sociedad.

Las sinergias que surgen de lo anterior dan pie a una información ampliamente disponible y accesible a través de dispositivos móviles como ordenadores portátiles, teléfonos inteligentes, televisión digital y otros dispositivos interactivos.

La Web 2.0 y las redes sociales han revolucionado la comunicación entre las organizaciones y con sus proveedores y consumidores, obligándolas a innovar en sus formas de interacción. Las redes sociales son plataformas basadas en la web que facilitan la creación y el intercambio de contenido por parte de los usuarios, apoyándose en colaboraciones o simplemente blogs, con posibilidad de anuncios

en Facebook o Google para ganar mayor número de clientes, lo que suele ser relevante en el sector turístico e influir en mercados clave (Buhalis & Law, 2008).

Internet permite compartir fotos y opiniones, dando a que las organizaciones reciban los testimonios y las experiencias de los clientes para hacer *marketing* digital. El contenido generado por los usuarios mejora la credibilidad e impacta en la reputación y la difusión de una empresa. Los viajeros utilizan Internet para revisar destinos y comunicar necesidades de manera indirecta. Además, la aportación de los usuarios en las redes sociales sigue creciendo globalmente, incluso en países en desarrollo (Buhalis & Jun, 2011).

Para Buhalis y Jun (2011), el acceso rápido a la información turística confiable es elemental, la web hace más sencillas y económicas las reservaciones de alojamientos y experiencias al tiempo de proporcionar datos claros sobre los destinos. Diversos sitios comerciales permiten planificar la visita y revisar los productos turísticos con agilidad, por ejemplo, Expedia o Trivago surgieron como intermediarios con presencia prácticamente global.

Las empresas actualmente aprovechan Internet para la retroalimentación y mejora de productos y servicios, gestionar el *marketing* de tipo interactivo y desarrollar intranets (redes cerradas y seguras) dentro de las organizaciones para entender las necesidades de los usuarios comerciales internos, mediante una interfaz controlada que pueda respaldar los datos y los procesos. Asimismo, las extranets mejoran la interacción y el intercambio de información entre organizaciones y sus socios garantizando una banda ancha rápida junto con la conexión 5G para que los consumidores y los proveedores generen nuevas oportunidades y retos. El acceso a Internet va moldeando parte importante de la cotidianidad al grado de influir en la forma de gobernar (Buhalis & Amaranggana, 2015).

Aunque las TIC por sí solas no pueden garantizar el éxito financiero, es cierto que generan diversas ventajas competitivas al incrementar la eficiencia de la organización interna, igual que la comunicación con los socios y la interacción con los consumidores. Para lo anterior se requiere (Buhalis & Jun, 2011):

- ✓ Planificación y estrategia a largo plazo;
- ✓ Gestión y desarrollo racionales de hardware y software;
- ✓ Compromiso de la alta dirección; y
- ✓ Reingeniería de procesos comerciales;

El crecimiento acelerado del sector hace esenciales a las TIC para la comercialización, distribución y coordinación, pero el uso aislado de las TIC no es suficiente; debe acompañarse de rediseño de procesos y estructuras que apunte a un sistema de gestión. Aunque aportan eficiencia y diferenciación, las TIC requieren reingeniería de procesos y liderazgo estratégico. De esta manera, una gestión innovadora y planificada permite que las TIC impulsen el éxito empresarial, haciendo crucial el conocimiento y la formación continua para su aplicación eficaz y la competitividad turística (Buhalis & Law, 2008).

En general, el beneficio lo han tenido los consumidores desde que Internet intensificó la rivalidad entre los proveedores de la cadena turística, introduciendo una amplia gama de opciones y flexibilidad en el mercado. Se ha facilitado la comparación de precios y el acceso a una información más precisa abriendo el mercado a las pequeñas empresas. Tanto los proveedores turísticos como los intermediarios deben aplicar una innovación constante, especialmente en términos de *marketing* y avances tecnológicos que favorezcan la diferenciación y el valor agregado. El uso estratégico de las redes sociales brinda retroalimentación, posicionamiento y lealtad del cliente. Solo quienes apunten hacia el turismo electrónico encontrarán ventajas competitivas sostenibles y los destinos que busquen la innovación continua se ajustarán al canon del turismo electrónico (Buhalis & Jun, 2011).

3.8.2 La sensorización y monitorización en el turismo, siguiendo a Ivars-Baidal

La digitalización de la actividad turística se ha convertido en una necesidad, por sus ventajas a la hora de gestionar el destino, siempre y cuando se aprovechen las nuevas tecnologías en todos los ámbitos: desde la sostenibilidad al *marketing* (Ivars Baidal *et al.*, 2017). El auge de los destinos inteligentes responde al inevitable impacto de las TIC, a la nueva configuración de la demanda y una mayor

sensibilidad ambiental, entre otros aspectos. En vista de lo anterior, los retos que conlleva la gestión del destino incluyen (Ivars Baidal *et al.*, 2016):

- ✓ Garantizar el cuidado ambiental y la sostenibilidad de los destinos.
- ✓ Encontrar nuevas vías de competitividad en el escenario turístico actual.
- ✓ Diferenciar las experiencias turísticas que ofrecen los destinos.
- ✓ Difundir los atractivos del territorio.
- ✓ Aprovechar las TIC en la producción y el consumo turísticos.

Un sensor es un objeto de gran relevancia interconectado al ecosistema tecnológico. Los sensores presentan parámetros, mediciones y compatibilidad con ciertos sistemas operativos, representando fuertes implicaciones para un DTI. Algunos de ellos son (Ivars Baidal *et al.*, 2017):

- Espacios de estacionamiento
- Contaminación atmosférica y acústica
- Calidad de agua potable
- Nivel de luminosidad
- Nivel de ocupación de contenedores de basura
- Consumo y fugas de agua
- Consumo de energía alumbrado público
- Movimiento de unidades de transporte público

Siguiendo a Ivars Baidal y otros autores (2017), los sensores son parte también de una red de objetos conectados a través del Internet de las Cosas donde están implicados otros entes inteligentes, e incluso un smartphone conectado a internet se vuelve parte de la misma red. Los destinos que busquen un avance más notable deben contar puntos de Wi-Fi público, con un ancho de banda suficiente para la conectividad al paradigma Internet de las Cosas, con lo que se tiene la posibilidad de mejorar la gestión del destino y las experiencias turísticas.

El análisis y caracterización de los datos procedentes de redes sociales, visitas a la web, opiniones de turistas en distintas plataformas turísticas, los sensores, las encuestas, entre otro tipo de información, se vuelve esencial para mejorar la toma

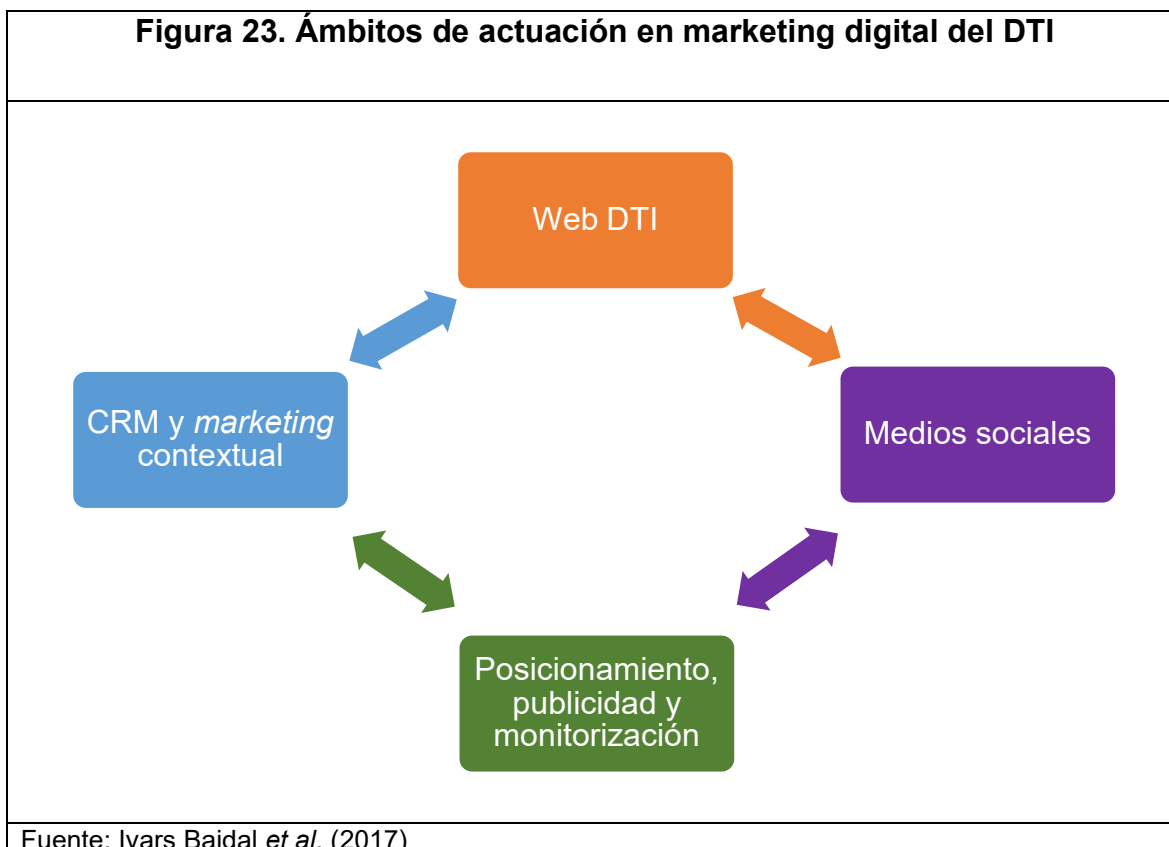
de decisiones con base en el conocimiento. El *marketing* de las organizaciones turísticas y del destino en sí, ha sufrido cambios importantes al promocionarse hacia un público más amplio y a menor costo, con mayor efectividad y con una mejor interacción con el cliente. Son especialmente cuatro ámbitos de *marketing online* que deben incluir los DTI's (Ivars Baidal *et al.*, 2017) (ver Figura 23):

1. La web DTI. Los DTI's deberían contar con una web avanzada que apoye la labor del *marketing* al tiempo de fungir como canal de venta directa.
2. Los medios sociales. Redes como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr, Google, Pinterest, Foursquare o TripAdvisor exhiben el contenido de los usuarios, por lo que son de mucha importancia al influir en la toma de decisiones del viajero.
3. Posicionamiento, publicidad y monitorización. Se tienen tres vías posibles para mejorar la visibilidad y de un destino turístico:
 - a. La *Search Engine Optimization*. Posiciona la página web en un buscador a través de la optimización de la página misma.
 - b. La *Search Engine Marketing*. Referida al pago por publicidad en los motores de búsqueda para aparecer en un lugar destacado.
 - c. Monitorización de marca y prestigio. Se trata de un análisis sistemático y periódico que se dedica a 'tomar el pulso' del destino en internet.
4. *Customer Relationship Management* (CRM). El CRM almacena datos e historial mediante redes sociales para ofrecer información al usuario y lograr una hiper-segmentación para una post-venta más dinámica.

Acorde a Ivars Baidal *et al.* (2017), el *Big Data* turístico arroja información muy relevante sobre el turista, por lo que se puede denominar *marketing* contextual y cuenta con tres posibles canales de abastecimiento o captación de datos:

1. Una app oficial intuitiva y práctica, que integre la geolocalización y la función de la cámara; siempre ligada a la web oficial y los medios sociales.
2. Medios sociales para conocer las necesidades del turista y diseñar campañas de *marketing* segmentadas por localización, por edad, etc.

3. Sistemas de recomendación para ofrecer productos turísticos de un modo altamente personalizado, según sus noches de estadía, su gasto, su nacionalidad o algunas preferencias además de acompañantes.



El destino turístico inteligente es un marco para adaptar la gestión turística a la economía digital y fortalecer la innovación, aunque presenta problemas de implementación por diferencias económicas, técnicas y sociales, lo que puede dar pie a proyectos aislados sin visión global (Ivars Baidal *et al.*, 2016).

A pesar del uso cada vez más homogéneo de tecnologías como códigos QR, apps móviles o inteligencia empresarial, su impacto es desigual de un país a otro o de una región a otra, por las dificultades técnicas e incluso económicas. A pesar de lo anterior, se hace necesario integrar las soluciones novedosas en una estrategia integral para maximizar su efecto, como puede ser enlazar la geolocalización con la conectividad pública a Internet y a su vez con las redes sociales y el sistema de información del destino (Ivars Baidal *et al.*, 2016).

La visión integral de los destinos inteligentes puede ayudar a responder a los retos actuales del turismo y así orientar a la transición de distintos territorios, puesto que a nivel local es notorio cuando desde la gestión turística no se ha adoptado el enfoque del turismo inteligente; se tiene una carencia o nulidad de estrategias para cumplir objetivos a mediano y largo plazo, además de sobresalir problemas de gobernanza y coordinación público-privada, ya que el debate persiste bajo la pregunta de si un proyecto tan global puede ser asumido desde el ente municipal únicamente, mismo cuestionamiento que se ha planteado desde los años noventa con respecto a la sostenibilidad de los destinos (Ivars Baidal *et al.*, 2016).

Las soluciones inteligentes pueden tener mucha o poca tecnología, pero se vuelven relevantes en la gestión turística local y en áreas como la comunicación y comercialización, la calidad integral del destino, además de aportar en hitos como la accesibilidad y la innovación de los productos turísticos. Es en este tipo de soluciones, producto de una estrategia global participativa, donde recae el verdadero beneficio de los DTI, pues este enfoque por sí mismo no garantiza más visitantes ni se ajusta fácilmente a normas o certificaciones debido a su complejidad y heterogeneidad si se habla de un país a otro (Ivars Baidal *et al.*, 2016).

3.9 Accesibilidad

La accesibilidad en un destino turístico se puede diferenciar entre accesibilidad física (movilidad en las rutas turísticas más visitadas, las guías accesibles, material promocional impreso adaptado o el transporte público accesible), y la de tipo digital (material promocional online, recursos informativos audioguías). Si bien representa un reto para la gestión de los destinos, se debe visualizar que las PCD se están incorporando a la actividad turística por ser una actividad necesaria para el desarrollo humano. Hablamos de un mercado con gran potencial para contrarrestar la estacionalidad, puesto que usualmente las PCD viajan acompañadas por familiares u otras personas que les asisten para las actividades cotidianas. Al final, lo más importante, es reconocer que el turismo es un derecho fundamental y que

se debe apuntar a otro concepto que es turismo inclusivo, es decir, para todos (Ivars Baidal *et al.*, 2017; Jurado Almonte y Fernández Tristancho, 2013).

Acorde a Gómez Oliva y colaboradores (2017), la inclusión de un turista en la red digital de un destino aumenta la afinidad con la comunidad visitada, lo que se convierte en un factor que puede configurar el consumo de experiencias turísticas. El visitante regularmente busca las calificaciones y opiniones de otros turistas que ya visitaron algún museo o comieron en determinados restaurantes para tomar decisiones. Las aplicaciones web que permiten comentarios de otros usuarios son de un gran apoyo para verificar o conocer información y de esta manera, las app's para smartphones se vuelven el mejor asistente para cuestiones de movilidad e integración del visitante con el destino.

Todo lo anterior tiene el potencial de ganar-ganar, tanto para las organizaciones relacionadas al turismo, las cuales obtendrán mayores beneficios económicos ya sea en tiendas, alojamientos o recorridos turísticos, pero también para todo el destino turístico al ser recomendado. Es así como el aprovechamiento de las TIC supone un desafío importante a nivel municipal, puesto que se debe hacer presente al entramado turístico y poder reinventarse con la retroalimentación generada (López de Ávila & García, 2015).

El turismo accesible ha trascendido el ámbito académico y se vuelve significativo en las últimas dos décadas por sus fines sociales al tiempo de impulsar una transformación en la gestión empresarial del sector turístico y con lo que se buscan ventajas de diversas índoles (Fernández Alles, 2009):

- 1) Reducir las desigualdades en el acceso al turismo, para que las PCD y con movilidad reducida disfruten de los servicios turísticos, incrementando su calidad de vida y facilitando sus diversas actividades en el destino seleccionado.
- 2) Un destino turístico accesible mejora su imagen social al ofrecer sus productos y servicios turísticos sin exclusión de ningún cliente potencial.
- 3) Ampliar el mercado turístico a PCD, el cual resulta atractivo debido al considerable número de viajeros que lo conforman.

- 4) Muy relevante es que los turistas con discapacidad suelen viajar acompañados, lo que implica que se captan otros segmentos de clientes.
- 5) La mayoría de las PCD prefieren viajar durante temporadas de baja afluencia turística, lo que contribuye a mitigar los efectos de la estacionalidad.

Fernández Alles (2009) menciona que las acciones orientadas a la mejora de la accesibilidad no deben responder únicamente a exigencias legales, sino también entender que la presencia de barreras limita significativamente la oferta turística y se pierde una oportunidad comercial sustancial, como es el segmento de las PCD. La elevada competitividad entre empresas y destinos turísticos, sumada a los profundos cambios que experimenta el sector, así como la limitada investigación existente sobre accesibilidad en establecimientos hoteleros, justifican el creciente interés por adaptar la hostelería a las necesidades específicas de las PCD, por supuesto, desde una perspectiva centrada en la accesibilidad.

3.9.1 La accesibilidad en el turismo según la OMT

El turismo accesible garantiza el uso y disfrute del turismo independientemente de las capacidades, estado o condición de las personas, pero no se tiene una definición aprobada internacionalmente. Se pueden exponer dos factores que dificulta la homogenización de la definición que cubra todas las posibilidades (OMT, 2014):

1. Gracias a la evolución del concepto, el término turismo accesible tiene aproximaciones o equivalencias según cada país o región, como puede ser turismo inclusivo, turismo para todos, turismo sin barreras (*Barrier Free Tourism*), turismo de fácil acceso (*Easy access tourism*), turismo universal.
2. Al relacionar turismo con la accesibilidad, el concepto implica una serie de elementos que dependerá de la formación de cada experto en la materia, además de la natural evolución del lenguaje.

En todo caso, Darcy y Dickinson (2009 citado en OMT, 2014), han dado un enfoque más holístico en su definición afirmando que el turismo accesible implica la

colaboración formal de las organizaciones públicas y privadas del sector turístico para que las personas con limitaciones de movilidad, visión, audición y capacidades cognitivas accedan con equidad y dignidad a productos, servicios y entornos turísticos con diseño universal.

La cronología sobre el avance del Turismo Accesible comienza en la ciudad de Manila, cuando la OMT vinculó por primera vez turismo y accesibilidad en la Declaración de Turismo Mundial de 1980, reconociendo al turismo como derecho fundamental e incentivando la regulación para garantizar acceso sin discriminación. En 1981, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) declaró el Año Internacional de la Discapacidad, impulsando la “Década de las Personas con Discapacidad” (1983-1992) y un mayor enfoque hacia la inclusión. En 1989, el informe británico “Turismo para Todos” promovió el diseño universal de servicios turísticos y dos años después, en 1991, la OMT publicó pautas sobre Turismo Accesible en Buenos Aires, abordando barreras, formación y requisitos de accesibilidad para instalaciones turísticas. Ya para 2009 la OMT reforzó la importancia de la accesibilidad en la Declaración sobre la Facilitación de los Desplazamientos Turísticos (OMT, 2014).

Finalmente, en 2011 se firmó un acuerdo entre la OMT, la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) y la Red Europea de Turismo Accesible (ENAT) para fortalecer la cooperación y la inclusión en el sector turístico. Gracias al citado acuerdo, en 2012 se actualizó la resolución del año 2005 para dar paso a las recomendaciones generales sobre el Turismo Accesible aprobado por la Asamblea General en agosto de 2013, en las que se logró la clasificación puntual de las PCD y otros beneficiarios de la accesibilidad (OMT, 2014) (ver Tabla 18).

Tabla 18. Turismo Accesible: grupos y características de los usuarios		
Grupo	Definición y subgrupos	Características
Personas con discapacidad física	Disminución de la capacidad de movimiento o dificultad para actividades motoras convencionales	Movilidad reducida; afecta extremidades superiores, inferiores o ambas; causas congénitas, hereditarias, adquiridas, accidentes; usuarios de silla de ruedas

Personas con discapacidad sensorial	Dificultad en comunicación y lenguaje; incluye discapacidad visual, auditiva y del habla	Ceguera, deficiencia visual, visión central sin periférica, invidentes; discapacidad auditiva, usuarios de audífonos/implantes, lenguaje de señas
Personas con discapacidad intelectual	Disminución de funciones mentales superiores; afecta movilidad, percepción, comprensión, lenguaje, habilidades afectivas	Retraso mental, síndrome Down, parálisis cerebral, autismo, posible insuficiencia cardíaca, problemas de movilidad, dificultades de comunicación, orientación, comportamientos no esperados
Personas con enfermedades mentales o físicas	Restricción temporal de independencia y autonomía, discapacidad orgánica	Enfermedad mental: alteración de procesos cognitivos y afectivos. Enfermedad física: cáncer, cardiopatías congénitas, insuficiencias respiratorias
Personas mayores	Sector poblacional que requiere productos y atenciones especiales	Menús y dietas especiales, habitaciones con ducha, servicios de salud cercanos, transporte adaptado
Otros beneficiarios del Turismo Accesible	Personas con dificultades de movilidad y acceder a productos y servicios turísticos	Personas recién operadas, con enfermedad específica, con una discapacidad temporal, con equipaje o carrito de bebé, mujeres embarazadas, niños pequeños y personas de talla grande o pequeña
Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2014).		

La accesibilidad debe estar presente en toda la cadena turística, las conexiones entre todos los lugares, servicios y actividades deberían estar bien planificadas y probadas. Entre los elementos de la cadena del turismo figuran (OMT, 2014a):

1. La gestión de destinos turísticos. Se requiere la implementación de estrategias de turismo accesible por parte de las entidades y administraciones responsables, mismas que cuenten con principios claros y con mejora continua, permitiendo la evaluación de los servicios y la identificación de áreas de mejora.
2. La información y la promoción turística. Con material informativo y de reserva, deben contener detalles sobre los servicios e instalaciones accesibles, utilizando símbolos internacionales reconocibles y sencillos de interpretar.
3. Servicios de apoyo disponibles para PCD, como son los cajones de estacionamiento para vehículos de personas con movilidad reducida, la facilitación de diversos medios de comunicación accesible (como lengua de señas o braille), también la señalización con tecnologías adaptadas a

distintos tipos de discapacidad si es necesario y, finalmente, el desplazamiento horizontal (corredores y pasillos amplios) y vertical (ascensores y rampas con especificaciones adecuadas).

4. Transporte público y automóviles de alquiler que garanticen un traslado seguro y cómodo para PCD. La información a los pasajeros en formato físico y sonoro, atendiendo a necesidades sensoriales. Los cruces peatonales deberán contar con semáforos parlantes (con señal auditiva).
5. Alojamientos con habitaciones totalmente accesibles y servicio para perros guía. Restaurantes, cafeterías y bares con mobiliario adaptado y menús en formato legible y braille. Las instalaciones destinadas a congresos deben reservar espacios para usuarios de sillas de ruedas y sistemas especiales para personas con deficiencias auditivas.
6. Entidades culturales, como museos, teatros y cines. Con acceso seguro a PCD y en formatos accesibles para facilitar la creatividad.
7. El acceso a instalaciones deportivas, recreativas y turísticas, incluso para excursiones, en zonas verdes y entornos naturales.

El personal de establecimientos turísticos y servicios relacionados debe estar capacitado para atender adecuadamente a clientes con discapacidad. Debe actuar con cortesía, brindar información clara sobre los servicios e instalaciones disponibles y facilitar el acceso siempre que sea posible. Además, es fundamental ofrecer datos accesibles acerca de ayudas técnicas, tecnologías de apoyo y otros recursos del establecimiento (OMT, 2014a).

3.9.2 El turismo accesible según Jurado Almonte y Fernández Trisancho

Para Jurado Almonte (2012) es fundamental distinguir entre accesibilidad en el turismo y turismo accesible propiamente dicho. El término accesibilidad turística se trata de la característica que posee un servicio o espacio que permite su uso y disfrute de cualquier ser humano, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales, psíquicas o cognitivas. Por otro lado, el turismo accesible hace referencia específicamente a las actividades desarrolladas por entes turísticos que,

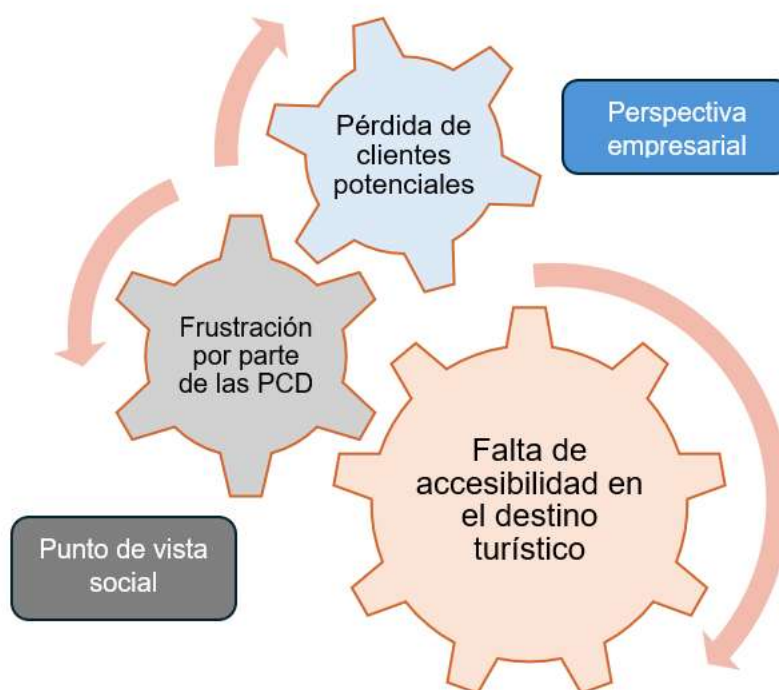
además de comercializar sus servicios y productos turísticos, promueven la accesibilidad integral y se especializan en la atención a PCD y sus acompañantes, representando un porcentaje pequeño respecto al total de la oferta turística.

Es común que se empate el turismo accesible con la accesibilidad turística para definir la modalidad de turismo que elimina barreras para las PCD. Esta perspectiva incluye la infraestructura con equipamientos públicos como museos y oficinas de atención turística, incluso playas y áreas naturales protegidas, o también destinos turísticos completos, que para el caso del turismo cultural serían los cascos históricos o áreas patrimoniales. De este modo, la accesibilidad integral se asume como un valor añadido o diferencial a la hora de elegir un destino turístico por parte del cliente potencial que evalúa las opciones disponibles con anticipación, gracias a la Internet y a las nuevas TIC (Jurado Almonte, 2012).

Acorde a Jurado Almonte y Fernández Tristancho (2013), el concepto de turismo accesible abarca tanto entornos empresariales como edificios públicos y entornos naturales en busca de eliminar barreras para las PCD. Su importancia se refleja en la redacción de leyes y políticas públicas, el incremento de servicios digitales con facilidades para PCD, asociaciones y foros especializados. Para que un destino sea accesible, la arquitectura y el urbanismo deben eliminar obstáculos, adaptar accesos y señalización para que todas las personas puedan disfrutar del ocio, contribuyendo a la inclusión social y a la calidad de vida.

El turismo accesible incluye motivaciones sociales y económicas, puesto que las PCD enfrentan barreras al viajar por la falta de instalaciones y servicios, transportes cómodos, entornos accesibles y el trato adecuado en los establecimientos públicos y privados del sector turístico. De este modo, la percepción de accesibilidad puede ser determinante durante la elección del destino, repercutiendo directamente en los resultados económicos del sector (ver Figura 24). De esta manera, la mejora de la accesibilidad en los servicios e infraestructuras públicas y privadas genera repercusiones positivas al tiempo de facilitar un acceso universal tanto a los turistas como a la población local para diversos sitios y experiencias turísticas (Jurado Almonte & Fernández Tristancho, 2013).

Figura 24. Falta de accesibilidad: impactos económicos y sociales



Fuente: Elaboración propia con base en Jurado Almonte y Fernández Trisancho (2013)

Un entorno turístico inclusivo promueve la calidad de vida y el bienestar para todas las personas, sin importar sus capacidades, lo que exige ciertas condiciones técnicas en las infraestructuras sin sacrificar la calidad y la seguridad. En esta tesitura, los profesionales del sector deben contar con los conocimientos adecuados para que la calidad en el servicio se mantenga en todo el destino, lo que será redituable en el sentido económico y la capacitación del personal turístico se vuelve esencial para fortalecer el sector. Es preciso recordar que el turismo sostenible implica la equidad social, lo que abarca la eliminación de barreras para garantizar el viaje, desde la planeación hasta el regreso al lugar de residencia pasando por el alojamiento, la transportación local, las experiencias vivenciales y el consumo de alimentos (Jurado Almonte & Fernández Trisancho, 2013).

La demanda turística actual exige una accesibilidad integral que sea palpable en los servicios complementarios para el turista, y es fundamental que las organizaciones turísticas del sector público y del sector privado valoren las oportunidades económicas y sociales que este sector ofrece. Lo anterior implica eliminar barreras, no solo en alojamientos y restaurantes, sino en espacios públicos, como museos y centros de visitantes, implementando soluciones técnicas y tecnológicas que faciliten la experiencia de todos los turistas. En adición, la accesibilidad es fundamental por derechos sociales, por igualdad de oportunidades y por este motivo los espacios turísticos de gobierno están implicados, luego los equipamientos empresariales que pueden buscar certificaciones y, con buena gobernanza y voluntad, los destinos turísticos completos pueden llegar a asumirse como accesibles (Jurado Almonte & Fernández Trisancho, 2013).

Siguiendo a Jurado Almonte y Fernández Trisancho (2013), la importancia que ha venido adquiriendo el turismo accesible se ha dado especialmente en países desarrollados, en los que se ha mejorado la accesibilidad tanto en edificios turísticos (con rampas adecuadas y apegadas a la normatividad, elevadores y escaleras) como en espacios públicos (como banquetas, pasos peatonales y señalética) para garantizar que todas las personas puedan disfrutar de las instalaciones, servicios y actividades de ocio.

El turismo cultural representa un pilar fundamental de la actividad turística, por lo que es imperante garantizar el acceso al patrimonio, con la idea de fomentar el turismo inclusivo entre los grupos turísticos habituales y las PCD. La accesibilidad en el contexto turístico-patrimonial implica desde la adecuación arquitectónica hasta las necesidades sensoriales como audioguías, maquetas o recursos táctiles. Para los bienes patrimoniales cuya accesibilidad física resulte compleja, la interpretación patrimonial constituye una alternativa que establece vínculos intelectuales y emocionales entre el visitante y el bien cultural, favoreciendo así su valoración y disfrute. Los textos en braille, relieves y otros elementos innovadores enriquecen la oferta, propiciando una percepción multisensorial del patrimonio, con especial relevancia para las personas con discapacidad visual. La labor de los gestores

culturales debe orientarse hacia la inclusión que permita el aprovechamiento y disfrute de los bienes culturales, de lo cual también tomará parte la ciudadanía local (Jurado Almonte & Fernández Tristancho, 2013).

El hotel accesible es probablemente el inicio de la accesibilidad de un destino, pues se encarga de brindar el disfrute y la seguridad que requieren las PCD, por lo que es imprescindible que cuente con servicios complementarios, como las piscinas, los restaurantes y zonas comunes accesibles. Las especificaciones técnicas aplicables a hoteles son igualmente relevantes para bares, cafeterías y restaurantes, que también deben cumplir con la normativa de accesibilidad vigente. Además, es fundamental que los profesionales encargados de atender PCD reciban una formación específica, complementaria a la habitual en el sector. En este contexto, destacan las agencias de viajes especializadas en turismo accesible, que facilitan información actualizada sobre el nivel de accesibilidad presente en los destinos (Jurado Almonte & Fernández Tristancho, 2013).

El turismo accesible no debería verse como una categoría especial, sino como una condición necesaria en todos los espacios y servicios turísticos. Además de su impacto económico, promueve integración y equidad para las PCD, quienes han enfrentado por años y décadas las diversas barreras físicas y sociales (Jurado Almonte, 2012; Jurado Almonte y Fernández Tristancho, 2013).

3.10 Estado del arte

Para cerrar el presente capítulo, se muestra la revisión de diversos trabajos de investigación por parte de autores con distintos enfoques que aportaron en mayor o menor medida al tema central de la presente investigación (ver Tabla 19).

Tabla 19. Estado del Arte del turismo inteligente y la relación entre turismo, patrimonio y territorio

Autor	Hipótesis	Conclusiones	Variable dependiente	Variables independientes
Rizzardo (1994)	Búsqueda de desarrollo local y territorial a partir del turismo cultural	Posicionar el destino; tomar en cuenta a la sociedad local; optimizar los ingresos; mantener elementos identitarios	Desarrollo local y territorial	Recursos turísticos, sociedad local, ingreso familiar, priorización del desarrollo
Richards (1994)	El mercado de turismo cultural aumenta gracias a nuevos segmentos y/o un mayor consumo	El nuevo énfasis en el desarrollo económico se vincula a la reestructuración económica de la economía europea y la creciente competencia por la inversión entre las regiones de Europa.	Desarrollo económico	Turismo cultural, nuevos segmentos de turismo
Caravaca <i>et al.</i> (1996)	El patrimonio cultural como factor de desarrollo en las estructuras territoriales	El patrimonio cultural, como forma alternativa de capital, debe tomarse en cuenta en las políticas encaminadas a potenciar el desarrollo.	Desarrollo Regional	Patrimonio cultural
Anton Clavé (2000)	Carácter fragmentario de las propuestas y las políticas entre turismo, territorio y cultura	Dotar de gran capacidad financiera y de gestión a las administraciones sectoriales de turismo, y conexión con la administración de la cultura-patrimonio y la urbanística.	Relación turismo, territorio y cultura	Capacidad financiera, gestión del turismo, coordinación patrimonial y urbanística

Hassan (2000)	El turismo sostenible debe contribuir a la economía del destino	Es fundamental entender la competitividad del mercado en la industria del turismo sostenible. Los gestores del destino deben desarrollar programas efectivos	Competitividad en turismo sostenible	Ventaja comparativa, demanda, estructura de la industria turística, compromiso medioambiental
Bertoncello (2002)	La comprensión del fenómeno turístico y sus relaciones con el territorio exige comprender las características sociales del mismo	Es necesario empatar el hecho turístico con la dinámica social, superando la excepcionalidad de las cuestiones turísticas.	Relación turismo y territorio	Dinámica social más allá del turismo
Bustos (2004)	La patrimonialización es un proceso social y cultural que está ligado a la oferta y demanda turística	Se requiere una "conciencia patrimonial". El ordenamiento territorial y la planificación turística deben promover los simbolismos patrimoniales	Patrimonialización	Oferta turística, demanda turística, ordenamiento territorial, planificación turística
Mazaro (2007)	La relación entre competitividad y sostenibilidad en el turismo condiciona la planificación y gestión de los destinos	El <i>Comp&tenible Model</i> puede ser útil y eficaz para monitorear el comportamiento de cada factor. Se usa en localidades donde el turismo es la principal actividad económica	Planificación y gestión del destino	Desarrollo turístico, competitividad turística y sostenibilidad turística
Giffinger <i>et al.</i> (2007)	Las áreas que se debe implicar una Smart City son industria, educación, participación, infraestructura técnica y diversos factores	Una ciudad inteligente se desempeña bien en seis características, pero cuenta con dotaciones inteligentes y ciudadanos independientes y conscientes	<i>Smart City</i>	<i>Smart economy, smart mobility, smart environment, smart people, smart living, smart governance</i>
Varisco (2008)	Analizar la teoría de desarrollo local en la actividad turística para investigar el tipo de turismo, sus beneficios y los beneficiarios	La Teoría del Desarrollo Local tiene amplia difusión en la actividad turística, pero hay diversas modalidades aplicables. Se recomienda la economía social y la economía solidaria	Desarrollo económico local	Actividad turística (economía social y economía solidaria)

Toselli (2009)	Promover destinos turísticos emergentes con el PROFODE, implementado por la Secretaría de Turismo de la Nación Argentina	El Estado asume el rol de impulsor del desarrollo local, reconociendo las diversidades territoriales. Políticas desde abajo (bottom up) con todos los agentes socioeconómicos	Desarrollo endógeno	Políticas en sector turístico
Merinero y Pulido (2009)	A mayor intensidad en la relación entre los agentes implicados, mayor desarrollo turístico de un territorio	Las interacciones entre administración pública y actores privados son clave en la capacidad de acción de los territorios en el ámbito turístico	Desarrollo turístico	Administración pública en sector turismo, actores privados del turismo
Caragliu <i>et al.</i> (2009)	La competitividad urbana exige mayor disponibilidad y calidad del capital humano y social, en especial por el conocimiento y la innovación.	Existe una conexión entre la riqueza urbana y la inversión (en educación), la actualización (en transporte), la reestructuración (TIC's) y los replanteamientos continuos (infraestructura)	<i>Smart City</i>	Profesionales creativos, calidad del transporte urbano, accesibilidad multimodal, nivel de educación, uso de TIC's en sector público
Carvalho y Moquete Guzmán (2011)	La demanda del turismo se satisface mediante proyectos turísticos con cierta artificialidad, lo que aleja a los pobladores con respecto al espacio turístico	Promover una gestión compartida de los recursos y valores locales, conciliando los proyectos y aumentando la calidad de vida para todos los actores intervinientes del turismo.	Desarrollo local y territorial	gestión del turismo, recursos y valores locales
Maldonado Alcudia <i>et al.</i> (2011)	Para que el turismo se convierta en detonador de desarrollo local se requieren políticas para el manejo sustentable.	Es imprescindible la participación de los pobladores en la gestión de empresas ecoturísticas buscando la mayor satisfacción al turista. El turismo alternativo es una oportunidad para acceder a mejores condiciones de vida.	Desarrollo local y territorial	Ordenamiento territorial, planificación y gestión del turismo, infraestructuras
Gómez Nieves y Leguer Martínez (2011)	Los gestores y planificadores del desarrollo turístico no ven conflictos colectivos, condiciones laborales y distribución justa del ingreso. El desarrollo sustentable demanda una planificación con infraestructuras	Los proyectos turísticos requieren política social y ambiental. Los modelos alternativos de desarrollo son fruto de la capacidad de sus especialistas. El conocimiento en turismo debe ser crítico, objetivo y racional	Gestión y planificación del turismo	Política social, política ambiental, generación de conocimiento

Nam y Pardo (2011)	Más allá de la tecnología, se requiere el factor social, el ser humano y su conocimiento es fundamental para una Smart City	La ciudad inteligente debe contar con infraestructuras y servicios mediados por tecnología, aprendizaje social base de la infraestructura humana y gobernanza.	Smart City	Factores tecnológicos (infraestructura física), factores humanos (capital social), factores institucionales (gobernanza)
Hiriart y Alvarado-Sizzo (2013)	Análisis de la gestión turística para evitar banalizar el patrimonio	Replantear la gestión del turismo desde una perspectiva sostenible que incluya a los actores y agentes interesados, ciudadanos y poderes públicos	Gestión y planificación del turismo	Sostenibilidad turística
Orozco Alvarado y Núñez Martínez (2013)	El turismo ha sido factor de desarrollo económico en muchos países. En otros, ha contribuido sólo al crecimiento económico sectorial	El crecimiento urbano y demográfico va de la mano con el crecimiento del turismo, traducido en problemas sociales y ambientales. La migración y la población flotante generan poca identidad con el territorio. Es necesario un modelo de desarrollo local territorial	Crecimiento económico sectorial	Actividad turística
Miguel et al. (2014)	A mayor competitividad turística, mayor desarrollo sostenible en una región	Se tuvo baja correlación en las regiones del país. El turismo tiene un impacto local, pero no regional en el impulso al desarrollo	Desarrollo local sostenible	Competitividad turística
Fuchs et al. (2014)	El <i>Destination Management Information System Åre</i> (DMIS-Åre) impulsa la creación y aplicación de conocimientos que optimizan las fases previas y posteriores al viaje	Se implican las fases previas y posteriores al viaje, las fuentes de conocimiento basadas en el cliente y su retroalimentación permiten que el DMIS permita reaccionar en tiempo real a necesidades específicas	Gestión de destinos basado en <i>Business Intelligence</i>	Indicadores de desempeño económico, indicadores de comportamiento del cliente, indicadores de percepción del cliente
López de Ávila y García (2015)	El posicionamiento de España como destino turístico mundial requiere impulsar la innovación en los destinos	Mediante las TICs, la sostenibilidad en el territorio turístico y la accesibilidad se mejora tanto la experiencia para el visitante como la calidad de vida del habitante	Destino turístico inteligente	Innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad

Gretzel <i>et al.</i> (2015)	El turismo inteligente ayuda a que la información tenga impactos experienciales, económicos y sociales positivos	El aprovechamiento de datos turísticos para la creación de valor carga con la complejidad del sector, pero con el tiempo el turismo será pionero de muchas tecnologías inteligentes	Turismo inteligente	Aprovechamiento de datos turísticos, sostenibilidad, tecnología, movilidad
Luque Gil <i>et al.</i> (2015)	Un destino turístico inteligente cuenta con un territorio y un sistema turístico correctamente gestionados; lo que es un territorio inteligente	Los Destinos Turísticos inteligentes podrían tomar como referencia procesos metodológicos propios de la inteligencia territorial	Inteligencia territorial	Geografía, sistemática, informática, comunicación
Boes <i>et al.</i> (2015)	Las TIC en un destino turístico no es suficiente para considerarse inteligente. El ser humano también es fundamental para la inteligencia	Las sinergias entre los actores dan pie a mejores experiencias turísticas y calidad de vida para todos los actores que participan en el destino turístico.	Destino turístico inteligente	Capital humano, liderazgo, emprendimiento e innovación, capital social
Ivars Baidal <i>et al.</i> (2016)	Existe una falta de fundamentación teórica y carencias metodológicas en torno al proyecto de los destinos inteligentes	A escala local, no se asume la gestión y la gobernanza plenamente. No hay estrategias ni planes para transitar a los destinos inteligentes	Destino turístico inteligente	Gobernanza, sostenibilidad y accesibilidad, conectividad, innovación, aplicación de las TIC
Varisco (2016)	El enfoque sistémico para el análisis integral del turismo implica cinco dimensiones: cultural, económica, social, ambiental y política	Descripción de los subsistemas, la relación con el contexto y la transdisciplinar. Esto para constituir una guía para el análisis del turismo	Turismo en un enfoque sistémico	Dimensiones: cultural, económica, social, ambiental y política
Cohen y Benseny (2016)	El aspecto espacial es una construcción social; la actividad turística es la estructurante. Los recursos territoriales se transforman en atractivos turísticos	La sociedad es un determinante de un atractivo turístico. La valoración intrínseca de los recursos no siempre coincide con la valoración recreativa, por componentes subjetivos y factores externos	Actividad turística	Recursos territoriales, recursos turísticos
Calle Lamelas <i>et al.</i> (2017)	Es posible abordar la gestión del Patrimonio de la Humanidad desde el <i>Smart Tourism</i> mediante el proyecto <i>Smart Heritage City</i>	<i>SHcity</i> permite la gestión del patrimonio con la monitorización para disminuir los costes de conservación. El desarrollo sostenible depende de la ordenación de flujos de visitantes	Turismo inteligente	Gestión del turismo, gestión del patrimonio, sostenibilidad, tecnología

Sikora-Fernández (2017)	Una Smart City cuenta con capacidad de innovación, TIC's, capital humano, capital social y desarrollo sostenible	La ciudad no solo es tecnología inteligente; son las personas, inteligentes, capaces de cuidar al medioambiente y de gestionar el espacio urbano de manera óptima	Smart City	<i>Smart economy, smart mobility, smart environment, smart people, smart living, smart governance</i>
Gómez <i>et al.</i> (2017)	Las ciudades inteligentes apuntan a la creación y desarrollo de servicios más específicos en sector turismo, el patrimonio cultural y la participación-acción	El Internet de las Cosas permite la co-creación a visitantes y ciudadanos, que pueden aportar en proyectos de índole cultural y turístico para abonar a los DTIs	Smart City	Tecnología, personas, comunidad
Fernández Alcantud <i>et al.</i> (2017)	La transformación de los destinos turísticos podría ser con el paradigma de la Inteligencia, pero muchos no muestran vanguardia	Esencial la modernización de las empresas turísticas y la creación de ecosistemas turísticos innovadores, en sintonía con la economía digital y los avances tecnológicos.	Destino turístico inteligente	Movilidad, sostenibilidad, gobernanza, innovación empresarial
Castro Álvarez <i>et al.</i> (2017)	Los DTI's de los países desarrollados compiten en los mercados turísticos; para países en vías de desarrollo, el turismo es una alternativa de desarrollo local	Los DTI's y el desarrollo local requieren a la sociedad y un liderazgo institucional para generar un intercambio de información y conocimiento, que resultaría en una inteligencia colectiva para aportar al desarrollo	Desarrollo local	Destino Turístico Inteligente
Parrilla-González y Pulido-Fernández (2017)	La vinculación entre inteligencia territorial y turismo puede servir como una interesante estrategia de desarrollo endógeno	El turismo enlazado a la inteligencia territorial implica las dimensiones de gobernanza y sostenibilidad, lo que contribuye a un aumento de desarrollo socioeconómico	Dinamismo económico del turismo	Inteligencia territorial
Troitiño y Troitiño (2018)	La interpretación territorial del patrimonio con sus dimensiones sociales, culturales, paisajísticas y funcionales conduce a la sostenibilidad patrimonial y turística	El concepto de monumento ha pasado al de territorio patrimonial. Las estrategias y proyectos basados en la oferta patrimonial-cultural son pauta para destinos patrimoniales sostenibles	Sostenibilidad patrimonial y turística	Dimensión: social, cultural, paisajística y funcional

Gretzel (2018)	Las conceptualizaciones existentes sobre turismo inteligente no dan pie a diseñar estrategias regionales	Las regiones de turismo inteligente tienen necesidades únicas de gobernanza, infraestructura y desarrollo; son necesarios los indicadores de inteligencia a nivel regional	Turismo inteligente	Conectividad, movilidad, infraestructura construída, gobernanza
Femenia-Serra y Neuhofer (2018)	Las experiencias son parte esencial del turismo inteligente y en los DTI's puede haber experiencias turísticas diferenciadas	Con una mayor personalización, las organizaciones gestoras de los DTI's y los <i>stakeholders</i> , a través de las TIC, pueden crear experiencias turísticas inteligentes	Experiencia de turismo inteligente	Basada en datos, construída en tiempo real, basada en conocimiento del contexto, co-creada
Femenia-Serra e Ivars-Baidal (2018)	El turismo inteligente puede generar dependencia de los destinos en cuestión de imagen y comercialización de la oferta	La transformación de la gestión turística dependerá cada vez más de la tecnología y la información; requiere la colaboración entre administraciones, empresas y universidades	Gestión del Destino Inteligente	Gobernanza, sostenibilidad, innovación abierta, evolución tecnológica
Amaya <i>et al.</i> (2019)	El Turismo Basado en la Comunidad (TBC) busca superar la pobreza y mejorar la calidad de vida en la población, además de lograr beneficios medioambientales	Ausencia de oferta turística basada en folclore, arte y tradiciones. La operación turística habitual en las comunidades rurales no corresponde con los planteamientos del TBC	Bienestar social y sostenibilidad medioambiental	Turismo Basado en la Comunidad
Mercado <i>et al.</i> (2019)	La competitividad de los recursos turísticos ha estado en función de la infraestructura, los recursos humanos, la cultura e investigación, la localización, el mercadeo, la innovación, los costos y la calidad	La variable innovación resultó muy relevante, igual que la variable costos. Recursos humanos presentó alto nivel de independencia. Incrementar la competitividad de la actividad turística significará desarrollo y prosperidad para la región Caribe colombiana	Competitividad de los recursos turísticos	Innovación, recursos humanos, cultura, localización, mercadeo, infraestructura, costos, calidad
González-Reverté (2019)	La narrativa institucional española promueve los DTI's buscando sustentabilidad a partir de las TIC, pero existen barreras culturales, gerenciales y tecnológicas	Los planes, cuando hablan de sostenibilidad, son más reactivos que proactivos. Los programas de actuación en los planes de turismo inteligente españoles no implementan estrategias sólidas de sostenibilidad, más bien son medidas para mejorar la competitividad	Acciones por Municipio en DTI's o en <i>Smart Cities</i>	Gobernanza, economía e innovación, movilidad, sostenibilidad ambiental y territorial, sostenibilidad social y calidad de vida, tecnología

Santiago-Cruz (2020)	La economía circular para el desarrollo local requiere un marco institucional funcional para aprovechar el capital social subyacente en las comunidades	El turismo rural ofrece un potencial que puede conjugar el desarrollo local con el cuidadoso aprovechamiento de los recursos naturales, con innovaciones tecnológicas e institucionales	Desarrollo local	Economía circular, capital social y turismo rural
Ferràs <i>et al.</i> (2020)	La transformación digital en el sector turístico abona a su crecimiento y genera externalidades económicas e innovación	El turismo es susceptible a la disrupción de las tecnologías digitales. Lanzarote es un caso destacado de innovación abierta, que se pudo conducir a una iniciativa pública	Turismo inteligente	Alta tecnología, innovación abierta, Inteligencia Artificial
Casas-Toris <i>et al.</i> (2020)	El tema de ciudades inteligentes alude constantemente a la sostenibilidad, mediante el uso de tecnologías de la información	Se encontraron aproximaciones teóricas a la sustentabilidad en la literatura sobre ciudades inteligentes, pero no existe claridad en el vínculo y se queda sólo en el discurso	Sostenibilidad	Ciudad inteligente
Garzón y Florido (2021)	Relaciones funcionales del municipio de Córdoba con ámbitos territoriales de su entorno para la conformación de una región turística	Iniciativas para la conectividad e integración funcional de varias realidades territoriales de gran atractivo turístico. La nueva planificación sectorial debe plantearse desde una posición novedosa, supramunicipal y participativa	Diversificación de la oferta turística	Planificación turística, recursos turísticos
Canale y De Siano (2021)	El turismo aumenta el desarrollo económico regional, pero también puede tener efectos negativos debido al sobre-turismo	Si no se gestiona de manera correcta, se pueden suscitar afectaciones por el turismo excesivo. Se debe fomentar el turismo en regiones donde la relación entre las llegadas y la densidad de población es menor	Desarrollo económico regional	Gestión del turismo
Gretzel y Koo (2021)	Persiste una separación entre el desarrollo de ciudades y el turismo inteligentes. Puede haber conflictos si no hay buena planificación	Las ciudades turísticas inteligentes aumentan la calidad de vida y el crecimiento sostenible para todos. Se convierte en una respuesta a las necesidades de residentes y turistas	Ciudad turística inteligente	Destino Turístico Inteligente, ciudad inteligente, gobernanza

Monteserín (2022)	Se puede repensar el modelo turístico español y el papel de la planificación y gestión de los recursos y productos turísticos	Los planes de turismo deben valorar los recursos territoriales turísticos y crear productos turísticos integrados en la realidad territorial. La colaboración público-privada es muy importante	Turismo a partir de recursos territoriales	Planificación turística y gestión del turismo
Hiriart (2022)	Las dinámicas urbanas, sociales, de conservación del patrimonio edificado son competencia de la gestión turística en los destinos patrimoniales de la UNESCO	Se observa vandalismo y destrucción considerable del patrimonio, un crecimiento del comercio informal, la disminución de residentes de la zona patrimonial, un incipiente proceso de gentrificación turística y una normatividad que no está a la altura de la dinámica turística	Turismo y Patrimonio	Gestión del turismo y conservación del patrimonio
Fernández-Tabales y Navarro-Jurado (2022)	La inteligencia y la gobernanza aplicadas desde los nuevos enfoques del territorio permiten evolucionar en la gestión turística	Es necesario el aprendizaje de los territorios y el aprendizaje colectivo desde la gestión del turismo, para vislumbrar la conversión o aproximación a un destino turístico inteligente	Gestión del turismo	Inteligencia territorial y gobernanza territorial

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo IV. Marco metodológico

4.1 Método

Para el presente estudio se llevará a cabo el método científico y el enfoque utilizado es cuantitativo, ya que es secuencial, partiendo de una idea que fue tomando forma hasta el momento en que se formularon objetivos y preguntas de investigación, se revisó el estado del arte y se elaboró el marco teórico, lo que definió las variables, mismas que serán medidas cuantitativamente para analizar los resultados y empatar con las hipótesis establecidas, Menciona Tamayo (2003 p. 28) que:

“El método científico es un procedimiento para descubrir las condiciones en que se presentan sucesos específicos, caracterizado generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y de observación empírica [...] Por lo tanto, el método científico es un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos del trabajo investigativo.”

4.2 Enfoque de la investigación

El enfoque es cuasiexperimental, puesto que se seleccionan los grupos de estudio y la investigación es de campo, previa revisión de la literatura y marco teórico, se miden las variables con el instrumento de investigación bajo sus determinados entornos territoriales y se analizan los resultados a partir de métodos estadísticos para establecer una serie de conclusiones respecto de la hipótesis.

La parte experimental viene a razón de lo mencionado por Tamayo (2003), pues para este tipo de investigación fue preciso comenzar una revisión bibliográfica, que ayudó a identificar y definir el problema, posteriormente se formularon las hipótesis

y la identificación y operacionalización de las variables, para después pasar a las siguientes etapas:

- a) Diseño de la investigación
- b) Selección del universo y muestra
- c) Elección del instrumento de medición
- d) Diseño y elaboración del instrumento para recabar datos

Siguiendo a Hernández *et al.* (2014), lo anterior es con relación a la tipología tradicional, pero se puede concluir con que el diseño de la investigación es cuasiexperimental, toda vez que se observa el efecto de cada variable independiente sobre la variable dependiente.

4.3 Universo y muestra

Se analizan los actores turísticos que participan en las áreas patrimoniales de las dos ciudades a estudiar: el centro histórico de Morelia, México y el casco antiguo de Sevilla, España. Ahora bien, el universo se integra con organizaciones, ya que tomar a cada turístico en lo individual sería inalcanzable, es así que para efectos de la presente investigación se podrán denominar organizaciones turísticas.

Se consultaron diversas fuentes de información e investigación de campo para definir los padrones correspondientes que se encuentran disponibles para su consulta en los anexos (ver Anexo 1). Consecutivamente se deberán calcular las muestras de las organizaciones turísticas tanto públicas como privadas (y en su caso institucionales) para cada destino urbano patrimonial.

La muestra se ha obtenido mediante el sitio *NetQuest*, que explica su cálculo con el teorema central del límite basado en la distribución de la probabilidad de los tamaños de muestra, los cuales en algún punto deben coincidir con la media de la población original (μ). Se considera que la desviación de dicha distribución es igual a la desviación original (σ) y se divide por $\sqrt{n}$. Así, cuanto mayor sea la muestra, más precisa es la estimación; el teorema central del límite funciona, aunque la

población original no se distribuya de forma Normal, puesto que las medias de las muestras sí lo hacen de esa manera (NetQuest, 2024).

La tendencia de una distribución Normal es concentrarse en torno a la media, y para el 95% de los casos, la media se ubicará en un intervalo $\mu \pm 1.96 \sigma/\sqrt{n}$, lo que se denomina nivel de confianza y es el utilizado para la presente investigación. El número Z-score es una propiedad de la distribución Normal y entonces la probabilidad de que la media (m) observada en la muestra esté entre el intervalo definido por la media de la población (μ) menos el margen de error ($ZNC \sigma/\sqrt{n}$) y la media de la población más el margen de error ($ZNC \sigma/\sqrt{n}$), es Nivel de Confianza (NC) (NetQuest, 2024):

$$\text{Probabilidad } (\mu - ZNC \sigma/\sqrt{n} < m < \mu + ZNC \sigma/\sqrt{n}) = NC$$

4.3.1 Centro histórico de Morelia, México

El universo de organizaciones turísticas del sector público, privado e institucional que inciden en el centro histórico de Morelia suma 392 cuyo padrón completo se encuentra en los anexos (ver Anexo 1.1). De esta manera, el cálculo arrojó una muestra de 195 para un nivel de confianza del 95% con margen de error del 5%.

A continuación, se presenta la tabla referente al caso de Morelia, en el cual se formaron grupos con ciertos tipos de organizaciones en los casos donde se consideró pertinente, como son las asociaciones y dependencias de gobierno municipal o los hoteles y hostales. Se agrega el número de organizaciones de cada grupo en las cuales se aplicó el instrumento de investigación, que corresponde a la muestra totalizada en 195 (ver Tabla 20).

Tabla 20. Universo y muestra para el caso de Morelia		
Organizaciones turísticas	Universo	Muestra
Asociaciones y dependencias de gobierno municipal	26	15
Transportadoras turísticas, agencias de viajes y de excursiones	46	28
Hoteles y hostales	66	33
Museos y atracciones culturales	11	8
Teatros y centros culturales	15	6
Cafeterías	69	33
Restaurantes	97	43
Bares	62	29
Total	392	195
Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024); Ayuntamiento de Morelia (2024).		

4.3.2 Casco Antiguo de Sevilla, España

Las organizaciones turísticas en el caso antiguo de Sevilla se presentan como de sector público, privado, pero se observó la concesión de algunos recintos del ayuntamiento, de iglesias o teatros a empresas privadas para la administración de las visitas turísticas con personal adherido a dichas empresas privadas, aunque se trate de edificios pertenecientes al municipio.

El universo de organizaciones se vuelve muy vasto, en especial por los lugares para tomar alimentos y bebidas; ha sido necesario diferenciar entre café-bar, tabernas y bares, tomando como base sus horarios de servicio. Aparece junto con los hostales un segmento llamado pensión, que es un tipo de alojamiento igual o más económico que el de los primeros. Otra de las particularidades encontradas es la abundancia de lugares donde se ofrece el espectáculo de cante y baile flamenco, denominado tablao flamenco, que se agrupa con los teatros y al final el universo resulta en 559 organizaciones turísticas, con una muestra de 228 para un nivel de confianza del 95% con 5% de error (ver Tabla 21). Para concluir, el padrón completo se encuentra en los anexos (ver Anexo 1.2).

Tabla 21. Universo y muestra para el caso de Sevilla		
Organizaciones turísticas	Universo	Muestra
Asociaciones, dependencias del ayuntamiento y otras	21	18
Transportadoras turísticas, agencias de viajes y de excursiones	32	16
Hoteles	84	43
Hostales y pensiones	38	13
Museos y otras atracciones	24	21
Teatros y Tablao Flamenco	18	7
Cafeterías	40	18
Restaurantes	121	36
Bodeguitas y Café-bar	63	21
Tabernas	66	18
Bares	52	17
Total	559	228
Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024); Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla (2024); Andalucía (2024); Ayuntamiento de Sevilla (2024).		

4.4 Operacionalización de las variables

El modelo de Destinos Turísticos Inteligentes que se ha trabajado en España implica una serie de dimensiones e indicadores que pueden ajustarse a cada caso de estudio. La revisión de la literatura y el estado del arte han sentado las bases para definir 2 indicadores en cada una de las 3 dimensiones fijadas para cada variable independiente, con lo que se acumulan 6 ítems por variable. Es preciso adherir el conocimiento personal obtenido en el medio turístico desde la participación-acción como guía de turistas certificado desde el año 2008.

Se definieron además 5 ítems que corresponden a las 5 variables independientes para obtener una primera percepción del turismo inteligente de forma genérica por parte de los entrevistados. Con dicho ejercicio se puede probar que el entrevistado mantiene una apreciación sesgada a primera vista, por lo cual se requiere una profundización a partir de los 6 ítems asignados para cada variable del turismo inteligente presentados en el instrumento de investigación (ver Tabla 22).

Tabla 22. Operacionalización de las variables

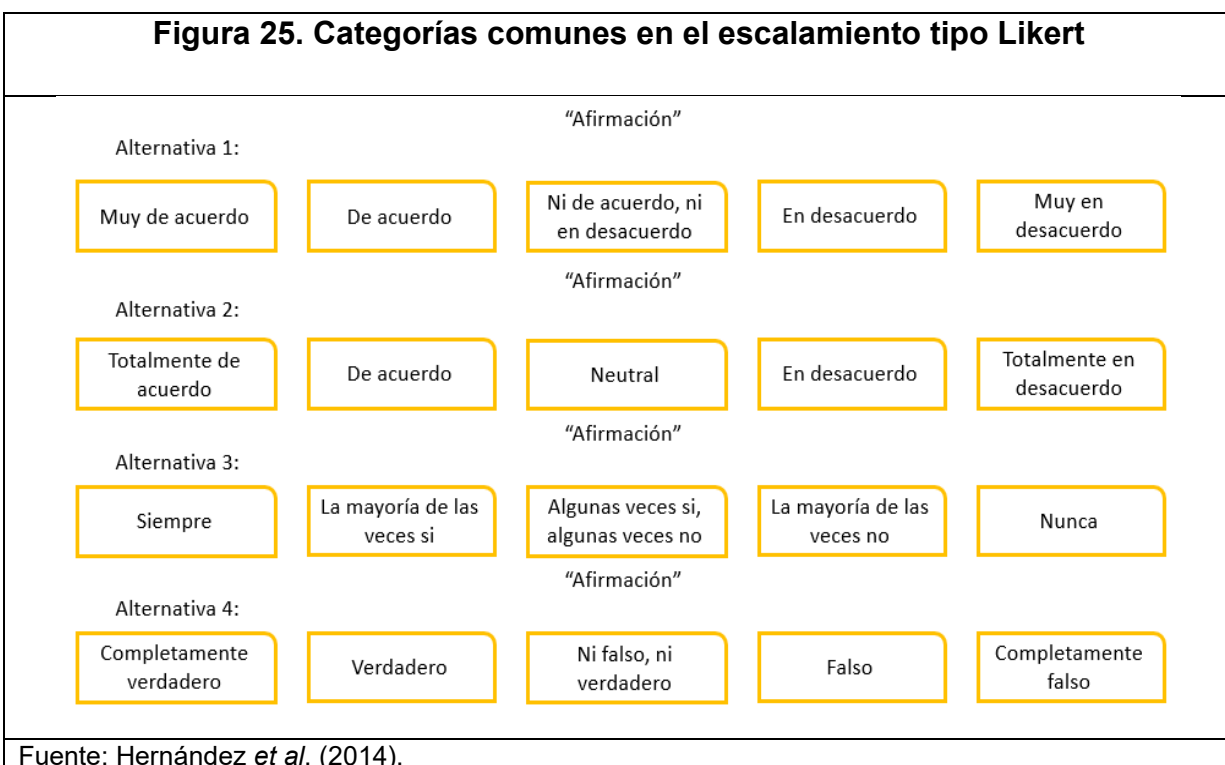
Variables	Dimensiones	Indicadores	Nomenclatura
Turismo inteligente	Gobernanza		ti1
	Sostenibilidad		ti2
	Innovación		ti3
	Tecnología		ti4
	Accesibilidad		ti5
Gobernanza	Gestión del turismo	Priorización del turismo	gob1
		Experiencia turística	gob2
	Colaboración público- privada	Planes estratégicos	gob3
		Formación de capital humano	gob4
	Gobernabilidad	Percepción ciudadana	gob5
		Relación con organizaciones civiles	gob6
Sostenibilidad	Medioambiental	Gestión de residuos sólidos	sos1
		Transporte público sostenible	sos2
	Sociocultural	Prácticas sostenibles	sos3
		Respeto al patrimonio cultural	sos4
	Económica	Empleo sostenible	sos5
		Desarrollo en área patrimonial	sos6
Innovación	Comercialización y redes sociales	Comercialización innovadora	inn1
		Eficacia de redes sociales	inn2
	Ecosistema emprendedor-innovador	Apoyo a Pymes	inn3
		Emprendimientos basados en TIC	inn4
	Oferta y atención turística	Innovación de productos turísticos	inn5
		Oficinas inteligentes para atención	inn6
Tecnología	Conectividad a Internet	Wi Fi en plazas y espacios públicos	tec1
		Wi Fi en espacios cerrados	tec2
	Sensorización y monitoreo	Sensores inteligentes	tec3
		Monitoreo para seguridad	tec4
	Digitalización e Inteligencia	Digitalización de empresas	tec5
		Inteligencia turística	tec6
Accesibilidad	Infraestructura física	Señalética y movilidad	acc1
		Transporte público accesible	acc2
	Priorización de la accesibilidad	Atractivos turísticos accesibles	acc3
		Capacitación para atender PCD	acc4
	Servicios turísticos accesibles	Recursos informativos para PCD	acc5
		Recorridos turísticos accesibles	acc6

Fuente: Elaboración propia.

4.5 Instrumento de investigación

El instrumento de investigación debe captar la percepción de los actores turísticos que pertenecen a organizaciones públicas, privadas y, en su caso, institucionales asumiendo que todos son residentes del destino urbano patrimonial en cuestión, no necesariamente en la zona de monumentos históricos. En el mismo sentido, son personas que conocen sobre la movilidad en la ciudad, situación del transporte público, temas de gobernabilidad e infraestructuras u otros aspectos que complementan a la actividad turística. El cuestionario tanto de Morelia, México como de Sevilla, España se encuentran en los anexos (ver Anexo 2).

Para obtener la percepción del encuestado se recurrió a la escala tipo Likert, que se encuentra vigente a más de 90 años desde que Rensis Likert la dio a conocer. Se trata de ítems presentados como afirmaciones que pueden incluir un ingrediente provocador para que el interlocutor exprese su opinión seleccionando la categoría disponible en la escala que ha sido homogenizada en todo el instrumento (ver Figura 25). Al finalizar el cuestionario se obtiene una puntuación que el participante ha generado, lo que permite realizar una medición (Hernández et al., 2014).



4.6 Alfa de Cronbach

Se tienen múltiples métodos para calcular la confiabilidad de un instrumento aplicado mediante trabajo de campo así tenga una o varias escalas para medir las variables que lo conforman (ver Tabla 23). El hecho es que los coeficientes resultantes se encontrarán entre cero y uno, donde el cero apuntaría a una nula confiabilidad y el uno es la fiabilidad total (Hernández *et al.*, 2014).

Tabla 23. Métodos para determinar la confiabilidad de los instrumentos de investigación				
Método	Veces que el instrumento es administrado	Número de versiones del instrumento	Número de participantes que proveen los datos	Inquietud o pregunta que contesta
Estabilidad (test-retest)	Dos veces en tiempos distintos	Una versión	El participante responde al instrumento dos veces	¿Responden los individuos de una manera similar a un instrumento si se les administra dos veces?
Formas alternas	Dos veces al mismo tiempo o con una diferencia de tiempo muy corta	Dos versiones diferentes, pero equivalentes	Los participantes responden a cada versión del instrumento	Cuando dos versiones de un instrumento son similares, ¿hay convergencia o divergencia en las respuestas a ambas versiones?
Formas alternas y prueba-posprueba	Dos veces en tiempos distintos	Dos versiones diferentes, pero equivalentes	Cada participante responde a cada versión del instrumento	Cuando dos versiones de un instrumento son similares, ¿hay convergencia o divergencia en las respuestas a ambas versiones?
Mitades partidas	Una vez	Una fragmentada en dos partes equivalentes	Cada participante responde a la única versión	¿Son las puntuaciones de una mitad del instrumento similares a las obtenidas en la otra mitad?
Medidas de consistencia interna	Una vez	Una versión	Cada participante responde a la única versión	¿Las respuestas a los ítems del instrumento son coherentes?

Fuente: Hernández *et al.* (2014).

Siguiendo lo anterior, los instrumentos pueden validar según su consistencia interna o, dicho de otro modo, desde la existencia de una relación entre los reactivos. El coeficiente Alfa fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach (Oviedo y Campo-Arias,

2005) y se utiliza para conocer el nivel de confiabilidad con que cuenta una escala o el grado en que los ítems de un instrumento están interrelacionados.

El coeficiente Alfa de Cronbach mide la consistencia interna del instrumento de investigación, basado en el promedio de las correlaciones entre los reactivos, así sean cuestionamientos o afirmaciones. Normalmente es la primera herramienta para validar el constructo de una escala y hace posible conocer en qué medida mejoraría o empeoraría la fiabilidad si se elimina un reactivo. A mayor valor de Alfa, mayor fiabilidad, siendo un valor máximo de 1 y cuando el valor es de 0.80 o más se puede aceptar como suficiente o bueno (Universitat de València, 2023; Oviedo y Campo-Arias, 2005).

Los estadísticos totales se refieren, por ejemplo, a la “media de escala si el elemento se ha suprimido” e indica un posible valor de la media si se elimina un determinado elemento. La varianza, también es parte de este tipo de estadísticos, igual que la “correlación total de elementos corregida”, que evalúa la homogeneidad. Finalmente, aparece el “Alfa de Cronbach si se elimina el elemento”, la cual se mencionó antes y corresponde a la posibilidad de quitar uno o varios ítems para mejorar o empeorar la consistencia (Universitat de València, 2023).

4.7 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

La prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov (KS) se utiliza para determinar si una muestra sigue una distribución específica comparando la función de distribución acumulada observada de una variable con una distribución teórica determinada, se calcula un valor de discrepancia máxima entre ellas para encontrar la mayor diferencia absoluta, lo que se denomina estadístico de prueba (D). El estadístico de prueba es equivalente a la diferencia mayor (en valor absoluto) entre las funciones de distribución acumuladas teórica y observada. Esta prueba de bondad de ajuste contrasta si las observaciones son razonablemente parte de la distribución especificada. La prueba de KS hace uso de la función de distribución empírica

dados N puntos de datos ordenados $Y_1, Y_2, \dots, Y_N$, y queda definida de la siguiente manera (Chakravarti et al., 1967; IBM, 2025):

$$E_N = n(i) / N$$

Donde $n(i)$ es el número de puntos menores que Y_i , y los Y_i están ordenados de menor a mayor valor. La función aumenta en $1/N$ con el valor de cada punto de datos ordenado para obtener un *valor-p* asociado a la probabilidad de obtener una distribución que discrepe tanto como la observada tomando en cuenta que la muestra es aleatoria (Chakravarti et al., 1967; IBM, 2025).

La prueba de KS asume que los parámetros de la distribución se encuentran especificados previamente y si se deben estimar algunos parámetros a partir de la muestra, la prueba de KS ya no se aplica. En términos prácticos, cuando el *valor-p* es mayor a 0.05, la muestra se considera paramétrica o normal y en caso contrario se asume que la muestra es no paramétrica o sesgada (IBM, 2025).

4.8 Correlación entre variables

Al analizar dos o más variables, se puede conocer hasta qué punto son coherentes desde su elección y lo que podría suceder si los indicadores de una sufren alguna alteración, ¿habrá un cambio notable en algún indicador de la otra variable? Estadísticamente este fenómeno se cuantifica a través de la covarianza, para lo cual es preciso conocer las medias poblaciones (μ). De esta manera, si en el producto de $(X - \mu_x)(Y - \mu_y)$ los valores de X y Y tienden a ser mayores o menores que los de las medias poblaciones, la covarianza tendrá signo positivo. Por otro lado, si los valores de X son mayores o menores que los de su media, al tiempo que los valores de Y se comportan a la inversa, la covarianza se asume como negativa. Ahora bien, el resultado de la covarianza podría no ser muy claro, para lo cual fue imperante llegar hasta el coeficiente de correlación (Hernández Lalinde *et al.*, 2018).

Siguiendo a Hernández *et al.* (2014), los paquetes estadísticos indican la significancia del coeficiente mediante una matriz que incluye el número de observaciones para cada cruce de variables. De este modo, si la significancia es:

- a) Menor de 0.05, se concluye que existe un 95% de confianza en la certidumbre de dicha correlación y 5% de probabilidad de error.
- b) Menor a 0.01, el coeficiente tendría 99% de confianza en la certidumbre de la correlación y 1% de probabilidad de error.

En otras palabras, la correlación es la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón. De este modo, un coeficiente de correlación ayuda a concluir si una correlación es significativa sin distinguir entre la variable independiente y la dependiente, puesto que no se evalúa la causalidad; el único requerimiento son las puntuaciones de una muestra y los valores de estos coeficientes van de -1.00 a +1.00 (Hernández *et al.*, 2014).

4.8.1 Coeficiente de correlación de Pearson

Según a Hernández Lalinde *et al.* (2018), este coeficiente se utiliza para muestras paramétricas, es decir, con una distribución normal y con datos continuos. Karl Pearson presentó en 1895 este coeficiente de correlación como sigue:

$$r_{XY} = \frac{\sum (X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\frac{[\sum (X - \bar{X})^2 \sum (Y - \bar{Y})^2]^{1/2}}{2}} = \frac{S_{XY}}{\sqrt{S_{XX}S_{YY}}}$$

En la expresión, las barras indican las medias muestrales de X y Y, en tanto que S con sus productos corresponden a las sumas de cuadrados corregidas para X, Y y el producto cruzado XY. En cuanto al sentido de la correlación, llegamos a la construcción de un plano cartesiano con un conjunto de n pares ordenados en torno al centro del diagrama. Cuando la covariación de X y Y es directa, la correlación es positiva y los puntos ocupan los cuadrantes I y III. Cuando la covariación es inversa, la correlación es negativa y los puntos ocupan los cuadrantes II y IV. Cuando las desviaciones se compensan entre sí, la correlación es débil o nula y los puntos ocupan todos los cuadrantes.

Acorde a Hernández Lalinde *et al.* (2018), un 0 indica la nula relación entre las características de interés, sin implicar una prueba de independencia, estableciendo

que no hay asociación lineal entre las variables, aunque pueda existir otro tipo de vinculación. Finalmente, la simetría, donde se establece que al darse un intercambio de posiciones entre X y Y, el resultado del coeficiente será el mismo. Ahora bien, la fuerza y la dirección de la relación lineal entre las variables puede corresponder a un valor de ± 1 e indicará que hay una perfecta asociación lineal positiva o negativa (según sea el signo) entre X y Y (ver Tabla 24).

Tabla 24. Grados de correlación en el coeficiente de Pearson	
+1.00	Correlación positiva perfecta (Si X aumenta tanto, Y aumenta tanto)
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.50	Correlación positiva media
+0.25	Correlación positiva débil
+0.10	Correlación positiva muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
-0.10	Correlación negativa muy débil
-0.25	Correlación negativa débil
-0.50	Correlación negativa media
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-1.00	Correlación negativa perfecta (Si X aumenta tanto, Y disminuye tanto)
Fuente: Elaboración propia con base en Hernández <i>et al.</i> (2014).	

4.8.2 Coeficiente de correlación de Spearman

En una publicación de 1904, Charles Edward Spearman expuso su teoría bifactorial de la inteligencia, afirmando que cualquier actividad mental depende de un factor general *g*, como una medida de la inteligencia, que es distinta de una persona a otra. También se implicaba un factor *s*, referido a las aptitudes y capacidades individuales. Spearman recurrió al análisis factorial para probar lo anterior y

posteriormente al coeficiente de correlación ordinal, en el que se correlacionan dos variables por rangos en lugar de medir el rendimiento en cada una de ellas. Se sumaron así, otros conceptos como la regresión lineal simple y la regresión lineal múltiple para predecir datos a partir de otros y encontrar tendencias (Martínez Ortega *et al.*, 2009).

Según Martínez Ortega *et al.* (2009), la correlación expresa un grado de asociación entre dos variables, misma que puede ser lineal o curvilínea, si los puntos se forman como línea recta o como curva. Es posible interpretar si la correlación es positiva o negativa, cuando al incrementar una variable incrementa la otra o si, por el contrario, decrementa. Cuando se presenta una función en la que todos los valores de la nube de puntos se encuentran involucrados, se afirma que la correlación es nula. Para calcular el coeficiente de correlación de los rangos se utiliza el denominado *rho* de Spearman:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

En donde $d_i = r_{Xi} - r_{Yi}$ es la diferencia entre los rangos de X e Y. En todo caso, también es posible conocer la correlación de Spearman mediante la fórmula de Pearson, pero transformando las puntuaciones en rangos. La interpretación de este coeficiente se hace de igual manera que el explicado en el apartado del coeficiente de Pearson variando de -1.0 (correlación negativa perfecta) a $+1.0$ (correlación positiva perfecta) y considerando el 0 como ausencia de correlación entre las variables jerarquizadas. Finalmente, este coeficiente no requiere muestras paramétricas, funciona para distribuciones asimétricas.

Capítulo V. Sistema de ecuaciones estructurales

En la presente investigación se ha optado por modelar un Sistema de Ecuaciones Estructurales o *Structural Equation Modeling* (SEM), por su utilidad en las ciencias sociales cuando los conceptos clave no son directamente observables, toda vez que el fin de la presente investigación es la revisión de los impactos que han tenido las variables independientes o componentes del turismo inteligente sobre cada caso de estudio: el Centro Histórico de Morelia y el Casco Antiguo de Sevilla.

Para Escobedo Portillo y colaboradores (2016), se trata de una de las herramientas principales a la hora de hacer un análisis multivariante, es decir, métodos estadísticos que analizan múltiples variables de manera simultánea. Los modelos de ecuaciones estructurales establecen una relación de dependencia o de independencia entre las variables mediante un combinado de varias técnicas multivariantes de regresión múltiple, como es el análisis factorial y el análisis de senderos. En cuanto al análisis factorial, este puede ser de tipo exploratorio, en el que el número de factores no se encuentra establecido y resultará después de procesar e interpretar datos. Por otro lado, el análisis factorial confirmatorio, en el que se han definido los factores y las hipótesis deben someterse a una validación.

Según Orgaz Baz (2008), el SEM constituye una síntesis de distintas disciplinas como la estadística y la econometría al analizar las relaciones en un sistema de variables; o la psicometría, que ha manejado los constructos psicológicos, mismos que no pueden ser medidos directamente y necesitan indicadores observables.

En este capítulo se desarrolla el tema comenzando con los antecedentes del SEM y algunos términos comúnmente utilizados, el modelado con sus variantes y sus características para la posterior valoración estructural y de medida.

5.1 Modelos de ecuaciones y terminología básica

Los modelos de ecuaciones que se tratan en este capítulo conectan de algún modo la metodología experimental y la metodología no experimental o correlacional, puesto que permiten establecer modelos causales dentro de la metodología correlacional (Orgaz Baz, 2008). En la metodología no experimental se debe lidiar con la posible existencia de relaciones espurias, por lo que la revisión de las hipótesis alternativas y el ajuste de modelos bajo la idea de causalidad se hace necesaria. La aplicación de estos modelos, como técnica para realizar inferencias causales a partir de correlaciones se basa prioritariamente en la teoría, pero también apunta a un modelo de regresión, con el que se posibilita el análisis de los efectos directos e indirectos entre variables tanto observables como latentes (ver Tabla 25).

Tabla 25. Evolución de los modelos de ecuaciones hacia el SEM

Modelo	Descripción	Características
Regresión Simple	Explica una variable dependiente en función de una única variable independiente	Ambas variables observables, medidas sin error, no brinda relaciones causa-efecto
Regresión Lineal Múltiple	Explica una variable criterio usando un conjunto de variables predictoras	Todas las variables observables, visión reducida de la realidad
Ecuaciones Simultáneas o multiecuacionales	Considera relaciones entre diferentes variables	Permite interrelaciones entre variables, efectos mediadores
Análisis de Vías o <i>Path Analysis</i>	Para un indicador por variable y una hipótesis a priori de la relación causal	Basada en la teoría, dirección de la relación entre variables
Análisis Factorial Confirmatorio	Contrasta Modelos de Medida; las variables observadas miden variables latentes	Relaciones entre observables y latentes; no permite diferentes indicadores del constructo
Ecuaciones Estructurales o Estructuras de Covarianza	Integra Modelo de Medida y de ecuaciones Simultáneas	Prueba hipótesis sobre efectos entre variables latentes, analiza relaciones entre indicadores y factores

Fuente: Elaboración propia con base en Orgaz Baz (2008).

Los siguientes conceptos son utilizados en este segmento de estudio y se explican de manera breve (Roldán Salgueiro & Cepeda Carrión, 2024):

- Modelos *path* (nomogramas). Diagramas usados para representar visualmente las hipótesis y las relaciones entre variables que son examinadas cuando se aplica un SEM.
- Constructos. Representan los conceptos que se han predefinido de manera teórica, es decir, las variables conceptuales. Las variables de este tipo son creadas a partir de datos empíricos que se han recogido mediante observación como son los indicadores, las dimensiones, las variables manifiestas, a los que se les aplica una serie de operaciones matemáticas y se representan en los modelos path por medio de círculos o por hexágonos en el caso de los compuestos.
- Flechas. Muestran las relaciones entre constructos, así como entre constructos y sus indicadores asignados. Regularmente son de una punta, ya que se refieren a relaciones unidireccionales, que pueden llegar a ser tanto relaciones predictivas como relaciones causales.
- Modelo estructural o modelo interno. Muestra las relaciones entre los constructos con base en una teoría estructural. La localización y secuencia de los constructos se basan en la teoría, o en la experiencia del investigador y el conocimiento acumulado.
- Modelo de medida o modelo externo. Muestra las relaciones entre los constructos y los indicadores, en donde las relaciones externas están definidas por una teoría de medida.
- Estimación Modo A: *Correlation weights*. Las flechas direccionales van del constructo a los indicadores y se utiliza para modelos de medida reflectivos.
- Estimación Modo B: *Regression weights*. Las flechas direccionales van de los indicadores al constructo y aplica normalmente para modelos de medida formativos.

5.2 Modelización de los sistemas de ecuaciones estructurales

Los modelos *path* son diagramas que tienen la función de esquematizar las hipótesis que se han formulado, al igual que los componentes o variables, mismas que cuentan con sus indicadores para un SEM. Al construir un modelo *path*, se deben tener presente la composición siguiente (Noreña Chávez, 2024):

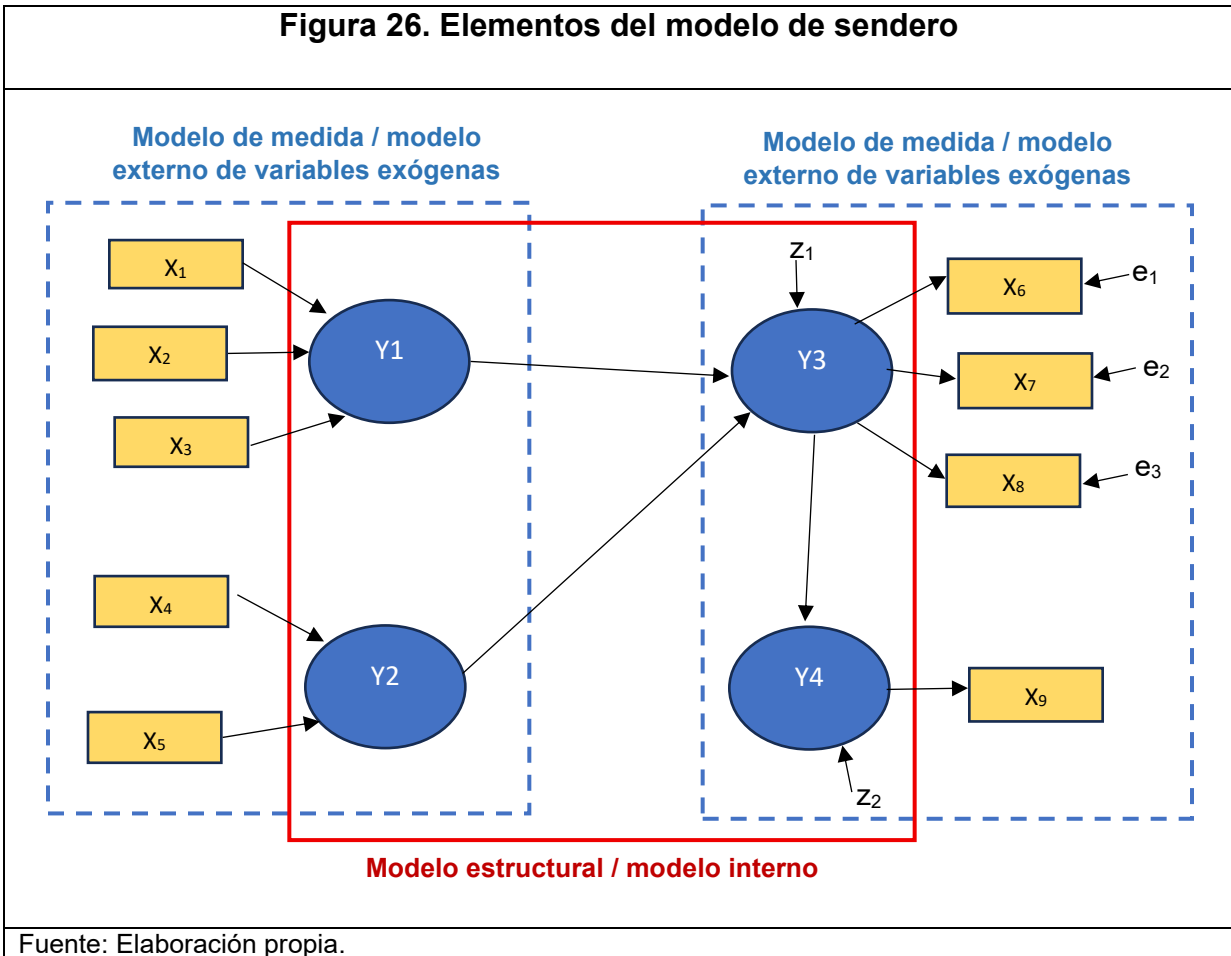
- 1) Constructos. Pueden ser exógenos o endógenos, según su función en el modelo. También se les conoce como variables latentes y miden conceptos teóricos que no se pueden observar directamente; se representan como círculos u óvalos.
- 2) Variables medidas. Son observaciones que se pueden medir (datos duros), se pueden asumir como indicadores y se representan como rectángulos.
- 3) Relaciones. En los modelos *path*, las relaciones son las hipótesis y se observan como flechas de una sola punta; la dirección de la flecha dependerá de la relación predictiva-causal entre los constructos, lo que también va en función de la teoría estructural y la lógica.
- 4) Términos de error. Se refieren a la varianza que no puede ser explicada cuando se estimó en los modelos.

Los modelos de senderos (*path*) requiere una teoría de medición y una teoría estructural, puesto que la primera especifica qué indicadores y cómo se utilizan para medir un concepto teórico particular, pero la teoría estructural especifica cómo se relacionan entre sí los constructos en el modelo estructural. En otras palabras, los SEM pueden representar un análisis sistemático e integrador (Gefen *et al.*, 2000):

- El modelo estructural o modelo interno (*inner model*). La parte que muestra cómo están relacionadas las variables latentes entre sí. Tales relaciones (camino o senderos) reflejan hipótesis basadas en consideraciones teóricas o la experiencia del investigador. Los constructos se enlazan con flechas y aparecen cargados a la izquierda del modelo en caso de ser independientes (o exógenos) o del lado derecho si son dependientes (o endógenos).
- El modelo de medida. Representa las relaciones entre las variables latentes o constructos y sus indicadores o ítems. Se disponen de dos formas de

medición, como es la formativa y la reflexiva, pero se ahondará en ello en los siguientes apartados.

Según Gefen y colaboradores (2000), el análisis combinado de modelo de medición y del modelo estructural permite medir los errores de las variables observadas y el análisis factorial que se calcula para probar las hipótesis (ver Figura 26).



De este modo, las relaciones entre las variables predictoras (independientes o exógenas) y las variables de criterio (dependientes o endógenas), se pueden representar mediante un SEM. Los denominados constructos o variables no observables van con los indicadores en forma de ítems, variables manifiestas, o medidas observables. Dependiendo de la investigación, se hace importante modelizar el error o residuo que resulta de las variables observables y realizar acciones estadísticas o teóricas con datos empíricos; aproximado a un análisis

confirmatorio - explicativo. El análisis holístico que realizan los SEM se puede auxiliar con dos métodos (Roldán Salgueiro & Cepeda Carrión, 2024):

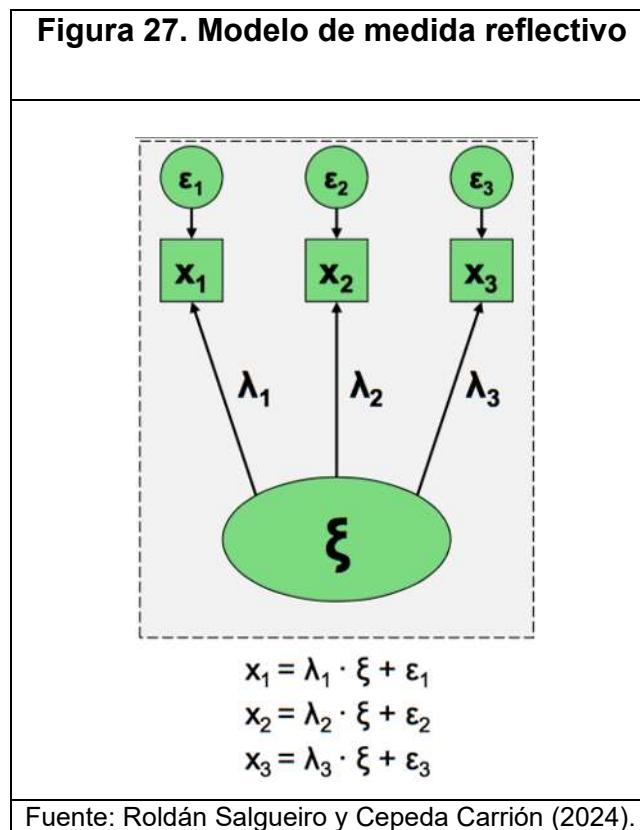
1. Métodos basados en el análisis de las covarianzas o factores (CBSEM). Estiman un conjunto de parámetros del modelo buscando que la matriz teórica de covarianzas resultante del SEM se aproxime a la matriz empírica de covarianzas; se adecúan a modelos de factor común.
2. Métodos basados en la varianza (compuestos). Entre algunos cuantos, el más utilizado es el de Mínimos Cuadrados Parciales o *Partial Least Squares* (PLS), que trabaja con variables o componentes y con parámetros estimados al maximizar la varianza explicada de todas las variables dependientes (sean latentes u observadas).

Siguiendo a Noreña Chávez (2024), la manera de diferenciar entre PLS-SEM y CBSEM radica en cómo se manejan las variables latentes, pues CBSEM considera los constructos como factores comunes que explican la covariación entre sus indicadores. En este punto se asemeja a una medición reflexiva, en la cual los indicadores y sus covariaciones se derivan del constructo subyacente. En PLS-SEM, el modelo combina indicadores y compuestos, las variables son constructos y se aproxima a una medición formativa, puntualizando que la perspectiva de estimación no es lo mismo que la teoría de medición, es decir, designar modelos de medición como reflexivos o formativos, tema que se tocará más adelante.

5.3 Modelo de medida reflectivo

Considera que los indicadores son causados por el constructo o variable latente, y se proyectan como manifestaciones o características de este. Es decir que, en estos modelos la varianza de un bloque de indicadores efectos (x_i) está completamente explicada por una variable no observada (factor común) (ξ) y sus errores aleatorios (ϵ_i), los cuales no están correlacionados con otras variables, constructos o errores del modelo mismo. La variable latente no es directamente observable y la dirección

de la causalidad es desde el constructo hacia las medidas (Roldán Salgueiro & Cepeda Carrión, 2024) (ver Figura 27).



Este enfoque se utiliza con frecuencia en psicología, ciencias sociales, negocios e investigación de mercados y se representa con las flechas salientes del constructo al indicador o indicadores, por ello se denominan reflectivos. De acuerdo con Jarvis *et al.* (2003), existen algunos criterios para evaluar los indicadores reflectivos:

- ✓ Los indicadores son manifestaciones del constructo, en el sentido de que cada medida está determinada por el propio constructo.
- ✓ Los indicadores comparten un tema en común, de manera que todos y cada uno captan la esencia global del constructo. Además, los indicadores son intercambiables.
- ✓ Los indicadores están fuertemente correlacionados puesto que comparten una fuente común (todos son reflejo del mismo constructo latente subyacente).

- ✓ Los indicadores deberían de tener los mismos antecedentes o consecuencias puesto que son reflejos del mismo constructo latente.

5.3.1 Evaluación del modelo reflectivo

Algo fundamental de los SEM es la evaluación de este, lo que va en función del modelo elegido. En el caso del modelo reflectivo los siguientes criterios, métricas y umbrales son los que se revisan:

1. Confiabilidad del indicador. Es necesario determinar cuánta varianza de cada indicador es explicada por su constructo, para lo cual se eleva la carga del indicador al cuadrado equivalente a la correlación bivariada entre el indicador y el constructo. El valor debería ser mayor o igual a 0.708, de lo contrario será mejor eliminarlo del modelo con previa revisión de los demás indicadores (Hair *et al.*, 2022).
2. Confiabilidad de la consistencia interna. La confiabilidad es la precisión y estabilidad que se obtienen con los indicadores; mientras más alto sea el valor, se espera un mayor grado de confiabilidad, pero los valores superiores a 0.90 (especialmente superiores a 0.95) indicarían que hay redundancia y es perjudicial para la validez del constructo (Diamantopoulos *et al.*, 2012 citado en Noreña Chávez, 2024). El alfa de Cronbach representa una medida conservadora, aunque vigente (debiendo estar por encima de 0.70), también se utiliza la confiabilidad compuesta o *rhoc* que, a diferencia del alfa de Cronbach, no asume cargas de indicador iguales y este debe encontrarse entre 0.80 y 0.90.
3. Validez convergente. Para Hair *et al.* (2014), este tipo de validez se refiere al grado en que el constructo converge para explicar la variación de sus indicadores. La varianza extraída promedio (AVE, por sus siglas en inglés) de los indicadores de cada constructo es la métrica utilizada en este punto. El AVE se define como el valor promedio de las cargas al cuadrado de los indicadores asociados y se puede asumir como la comunalidad de un constructo. En este caso el AVE debe ser mayor o igual a 0.50.

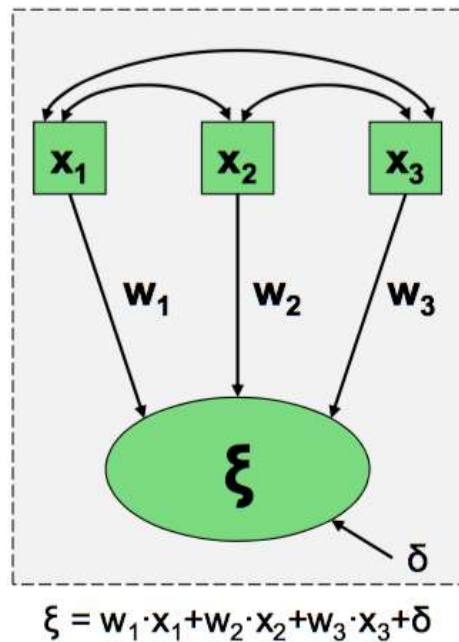
4. Validez discriminante. Según Henseler y colaboradores (2015), es el grado en que un determinado constructo es distinguible empíricamente de los demás; para ello se recurre al criterio de Fornell y Larcker y al de *heterotrait-monotrait* (HTMT). El primero argumenta que el constructo presenta un grado de correlación mayor con sus indicadores que con cualquier otro constructo, pero para validarlo se requiere que cada constructo tenga un AVE mayor que la correlación al cuadrado más alta con respecto a los demás constructos. El HTMT es el promedio de todas las correlaciones entre indicadores de constructos que miden constructos diferentes (las correlaciones *heterotrait-heteromethod*) en relación con el promedio geométrico de las correlaciones entre indicadores que miden el mismo constructo (las correlaciones *monotrait-heteromethod*). Para constructos conceptualmente similares, HTMT debe ser menor a 0.90; para constructos conceptualmente diferentes, HTMT debe ser menor a 0.85.

5.4 Modelo de medida formativo

En este tipo de modelos, los indicadores se eligen en función de la teoría y se espera que capturen diversos elementos o dimensiones del constructo. Cada indicador aporta información única al modelo de medición, y se considera que el constructo se genera mediante la combinación o síntesis de estos indicadores. En palabras más técnicas, se asume que la varianza de un constructo (ξ) está completamente explicada por un bloque de indicadores (x_i) y su término de error (δ), mismo que indicaría que el constructo no fue correctamente medido por sus indicadores. En estos modelos también llamados de indicadores causales, la dirección de la causalidad va desde las medidas al constructo (Roldán Salgueiro & Cepeda Carrión, 2024) (ver Figura 28).

En este caso, el énfasis se pone en definir los pesos o la importancia de los indicadores en la generación del constructo, así como en evaluar la validez y confiabilidad general del modelo de medición (Noreña Chávez, 2024).

Figura 28. Modelo de medida formativo



Fuente: Roldán Salgueiro y Cepeda Carrión (2024).

Otra de las implicaciones de este modelo de PLS-SEM es que no se espera una notable correlación entre los indicadores, por lo que eliminar un indicador del modelo de medida incrementará el error a nivel de constructo. De acuerdo con Jarvis *et al.* (2003), se puede recurrir a los modelos formativos en PLS-SEM si:

- ✓ Los indicadores del constructo representan características que colectivamente explican el concepto contenido en el constructo; un cambio en los indicadores alteraría el constructo.
- ✓ Los indicadores no comparten un tema en común. Eliminar un indicador puede alterar el dominio conceptual del constructo.
- ✓ Los indicadores no son intercambiables.
- ✓ No se espera nada de las correlaciones. Quizás, pueden ser bajas, altas o intermedias.
- ✓ No se espera que los indicadores compartan los mismos antecedentes.

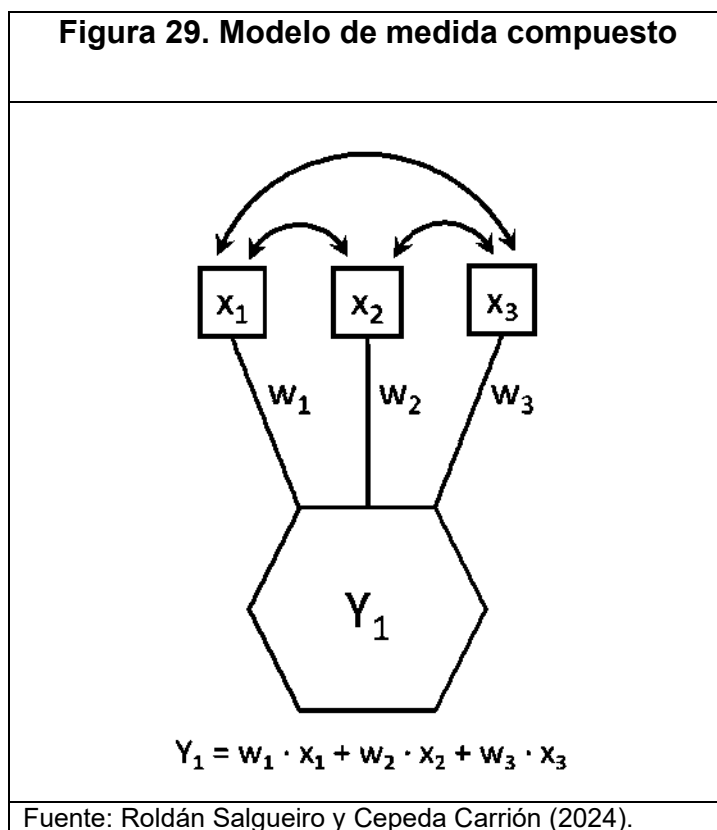
5.4.1 Evaluación del modelo formativo

Los investigadores deben verificar la validez de contenido, asegurarse de que los indicadores formativos capturen todos o la mayoría de los aspectos del constructo. Es necesario describir con precisión el nivel de dominio que los indicadores tienen para formar el constructo. Los pasos para evaluar un modelo de medida formativo son los siguientes:

- 1) Evaluación de la validez convergente. En la evaluación de modelos de medida formativos, la validez convergente se refiere al grado en que el constructo especificado de forma formativa se correlaciona con una variable o variables alternativas medidas de manera reflectiva que representan el mismo concepto (Hair *et al.* 2019). Según Hair *et al.* (2022), la correlación entre el constructo evaluado de forma formativa, y el ítem o ítems evaluados de manera reflectiva debe ser al menos de 0.708; de esta manera, el constructo explica más del 50 % de la varianza de la medida alternativa.
- 2) Evaluación de la colinealidad de los indicadores. Cuando dos o más indicadores en un modelo de medida formativo están altamente correlacionados, se conoce como colinealidad. El factor de inflación de varianza (VIF) es la métrica estándar para determinar la colinealidad de los indicadores. Cuando los valores de VIF aumentan, aumenta el grado de colinealidad. Los valores de VIF iguales o mayores a 5 indican problemas de colinealidad. En este caso, se deben eliminar indicadores o desarrollar un constructo de orden superior (Hair *et al.*, 2022).
- 3) Evaluación de la relevancia y significancia estadística de los pesos de los indicadores. La regresión de cada constructo produce los pesos de los indicadores, mismos que representan su importancia en la formación de este. El procedimiento de *bootstrapping* facilita la obtención de errores estándar a partir de los datos sin depender de suposiciones de distribución y es útil para probar la significación de los pesos de los indicadores (Hair *et al.*, 2014). Se consideran relevantes los indicadores con cargas mayores o iguales a 0.50 y los pesos más grandes indican una contribución relativa más alta del indicador al constructo (Hair *et al.*, 2022).

5.5 Modelo compuesto

El constructo se compone por indicadores y se forma a partir de la combinación de estos, por lo que eliminar un indicador del modelo de medida altera el significado del constructo (Roldán Salgueiro & Cepeda Carrión, 2024) (ver Figura 29).



El modelo compuesto no impone ninguna suposición acerca de las correlaciones entre indicadores, pero es común que presenten altas correlaciones y los pesos pueden ser fijados por el investigador, o ser computados por medio de un algoritmo de optimización. Se puede estimar en modo A o en modo B (Roldán Salgueiro & Cepeda Carrión, 2024):

- **Modo A (*correlation weights*) $\approx$ Principal Component Analysis (PCA).** Los indicadores deberían estar correlacionados y se aplican medidas de consistencia interna. Un modelo de factor compuesto aminora la exigencia de que la covariación entre un bloque de indicadores se explica únicamente por un factor común.

- Modo B (*regression weights*) $\approx$ *Canonical Correlation Analysis* (CCA). En este caso, los indicadores pueden no estar correlacionados y se aproxima al modelo teórico de medida formativo; se implican todos los indicadores del constructo y se analiza como si fuera un compuesto.

5.6 Evaluación del modelo estructural

Un modelo estructural en PLS-SEM es una representación teórica de las relaciones entre las variables utilizada para analizar y comprender las interacciones entre diferentes constructos teóricos y examinar dichas relaciones. Primero se deben buscar posibles problemas de colinealidad, recordemos que los valores de VIF por encima de 5 sugieren colinealidad entre los constructos predictores, pero un valor mayor o igual a 3.3 también puede indicar colinealidad, por lo que este último número es el adecuado para guiarse (Hair *et al.*, 2019).

A continuación, se revisa la significancia y relevancia de las relaciones a partir de los coeficientes de ruta; la magnitud del coeficiente *path* debe estar entre -1 y +1, por lo que dependerá si la relación es positiva o negativa y que tan directa resultó. El tercer y cuarto paso consisten en evaluar la capacidad explicativa y predictiva del modelo respectivamente, lo que determina mediante *bootstrapping* del coeficiente *path*. Si la hipótesis tiene un signo específico, se debe realizar *bootstrapping* de una cola con un nivel de significancia (*valor-p*) menor a 0.05 y un intervalo de confianza del percentil 5% al 95% (Hair *et al.*, 2019).

En caso de que la hipótesis no tenga un signo específico, se debe utilizar un *bootstrapping* de dos colas con un nivel de significancia (*valor-p*) menor a 0.05 y un intervalo de confianza del 2.5% al 97.5%. El coeficiente de determinación R^2 es una medida que indica la proporción de la varianza en la variable dependiente que es explicada por las variables independientes. Finalmente, la relevancia predictiva Q^2 evalúa la capacidad del modelo para predecir la construcción endógena en función de las construcciones exógenas (o variables independientes). Así, un valor cercano a 1 sugiere que el modelo tiene un gran poder predictivo (Hair *et al.*, 2019).

Capítulo VI. Análisis de los resultados

El trabajo de campo ha requerido de diferentes etapas, pruebas, instrumentos y programas informáticos cuyo fin es un análisis detallado de los resultados. A partir de la operacionalización de las variables se diseñó un cuestionario con escala tipo Likert, mismo que se sometió a una prueba piloto y después se aplicó según el universo y muestra de cada caso de estudio; en este apartado se presentan las gráficas con la media resultante por cada variable y sus dimensiones para continuar hacia las pruebas de normalidad y de correlación, importantes para emparejar el caso de Morelia y el de Sevilla. El apartado cierra con los modelos de PLS-SEM correspondientes a las dos ciudades junto las valoraciones requeridas para el modelo de medida, los resultados y su interpretación.

6.1 Prueba piloto

En este punto de la investigación se administra el instrumento a una pequeña muestra para probar su pertinencia y eficacia, así como la claridad en la redacción de los reactivos. Con esta prueba es posible verificar la confiabilidad y la validez en cuanto a la utilidad de los reactivos para conocer la percepción sobre el problema y cierta variable, siendo el preámbulo para hacer correcciones de todo tipo, en aras de lograr la mejor versión del instrumento (Hernández et al., 2014).

Se tuvo a bien aplicar el cuestionario a 30 personas pertenecientes a distintas organizaciones turísticas del centro histórico de Morelia. A continuación, se calculó el Alfa de Cronbach con SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), mismo que ha resultado en 0.840, considerado aceptable y determina la confiabilidad del instrumento de investigación. Se agregan los estadísticos totales y los respectivos escenarios en caso de la eliminación de algún ítem (ver Tablas 26 y 27).

Tabla 26. Alfa de Cronbach de prueba piloto			
Prueba piloto		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables.			
Alfa de Cronbach	N de elementos		
,840	35		
Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).			

Tabla 27. Estadísticos totales de la prueba piloto a organizaciones turísticas de Morelia				
Prueba Piloto	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- La gobernanza en Morelia se da de manera óptima	98,00	166,207	,439	,832
2.- La sostenibilidad está presente en el centro histórico	97,77	170,461	,298	,837
3.- La innovación es visible en el ramo turístico	98,13	168,671	,362	,835
4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística	98,07	163,513	,530	,830
5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en todo el centro histórico	98,53	166,809	,396	,834
6.- En Morelia se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos	97,83	159,040	,726	,824
7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población	97,57	172,461	,201	,839
8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado	98,00	174,276	,181	,839
9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales	98,17	160,489	,569	,828

10.- La calidad de vida en el centro de Morelia es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal	98,03	164,654	,513	,830
11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo	98,40	172,248	,220	,839
12.- Los botes de basura en el área patrimonial son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas	98,67	163,678	,460	,831
13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible	98,40	173,628	,139	,841
14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del centro histórico	97,87	170,740	,287	,837
15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los morelianos	98,13	174,257	,092	,844
16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios	98,33	168,782	,336	,835
17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro histórico	97,87	166,533	,428	,833
18.- La forma en que se comercializa Morelia hacia afuera es innovadora	97,90	170,990	,245	,838
19.- Las redes sociales han ayudado a que el moreliano se integre a eventos culturales	97,27	164,133	,474	,831
20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites	97,90	163,817	,507	,830
21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local	98,10	174,300	,209	,838
22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Morelia	97,63	172,930	,195	,839
23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos	98,57	171,151	,254	,838
24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos	97,90	166,369	,425	,833
25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes	96,80	172,855	,341	,836
26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el área patrimonial, como los de riego en jardines para ahorrar agua	97,93	172,547	,210	,839

27.- En el centro de Morelia hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito	97,50	174,397	,117	,842
28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito	97,40	174,938	,135	,840
29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante	98,27	174,961	,129	,841
30.- En el área patrimonial hay suficientes rampas, señalética y semáforos para Personas con Discapacidad	98,13	171,292	,213	,839
31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas	99,50	173,776	,202	,839
32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del centro histórico	98,03	164,516	,519	,830
33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad	98,53	165,154	,459	,832
34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos	99,00	165,448	,564	,830
35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad	98,73	173,926	,142	,841
Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).				

Después de las 30 encuestas logradas como prueba piloto en los diversos segmentos del universo correspondiente al centro histórico de Morelia, México fue posible observar de manera empírica ciertos detalles a mejorar en las maneras de plantear los ítems y el tiempo de aplicación. Por otro lado, el ejercicio brindó certeza en cuanto a la confiabilidad y validez del instrumento, se prosigue al trabajo de campo en los siguientes apartados.

6.2 Trabajo de campo

En la presente investigación se optó por el trabajo de campo como elemento fundamental para la generación de información a partir de la recolección de datos y por contar con conocimiento del sector turístico de Morelia aunado a la dinámica

social, cultural y económica. En esta tesitura, también se ha observado el fenómeno en Sevilla, bajo el mismo método y con el mismo instrumento de investigación a pesar de las particularidades territoriales y contextos a nivel micro y macro, este último dado por las diferencias entre México y España con respecto al manejo de la actividad turística.

En los siguientes apartados se presentan los hallazgos, gráficas y mediciones que se realizaron con el instrumento de investigación diseñado para los dos casos de estudio. La información estadística como es la media general, la mediana, la moda, la desviación estándar y la varianza, se ha reservado para los anexos, además de las gráficas de porcentajes y tablas de frecuencias por cada ítem (ver Anexo 3 y 4).

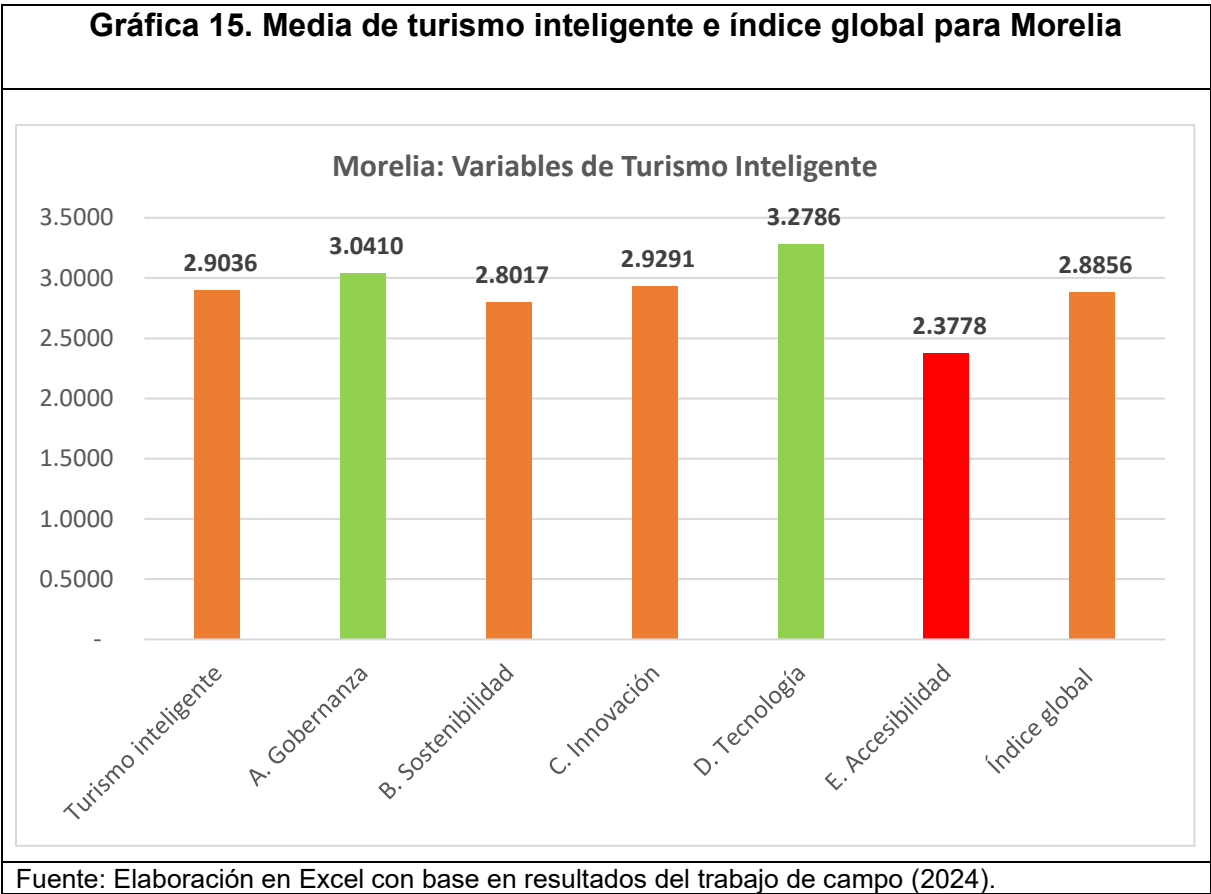
6.2.1 Centro histórico de Morelia, México

Se comenzó con el trabajo de campo en el centro histórico de Morelia sin mayores dificultades al contar con conocimiento propio del sector turístico local desde la participación – acción como guía de turistas certificado. Se realizaron 195 entrevistas a servidores turísticos enlazados a las diversas organizaciones turísticas, incluidas las dependencias de gobierno municipal. El cuestionario diseñado se encuentra en los anexos y se optó por una escala tipo Likert que va del 1 al 5 (ver Anexo 2).

A continuación, se presenta la medición de turismo inteligente, que corresponde a la primera percepción del encuestado con los 5 primeros reactivos del cuestionario. En la última columna se encuentra el índice global, equivalente al promedio de las 5 variables independientes, conformadas con 3 dimensiones cada una. En este caso, el turismo inteligente terminó con valor de 2.9036, y el índice global obtuvo 2.8856, confirmando que el entrevistado necesitó profundizar con los ítems de cada variable para externar una apreciación más realista sobre el tema en cuestión.

Se observa como mejor calificada a la *tecnología* con 3.2786, la cual sobrepasa el valor medio en la escala. Sin embargo, la *accesibilidad* ha sido la variable más

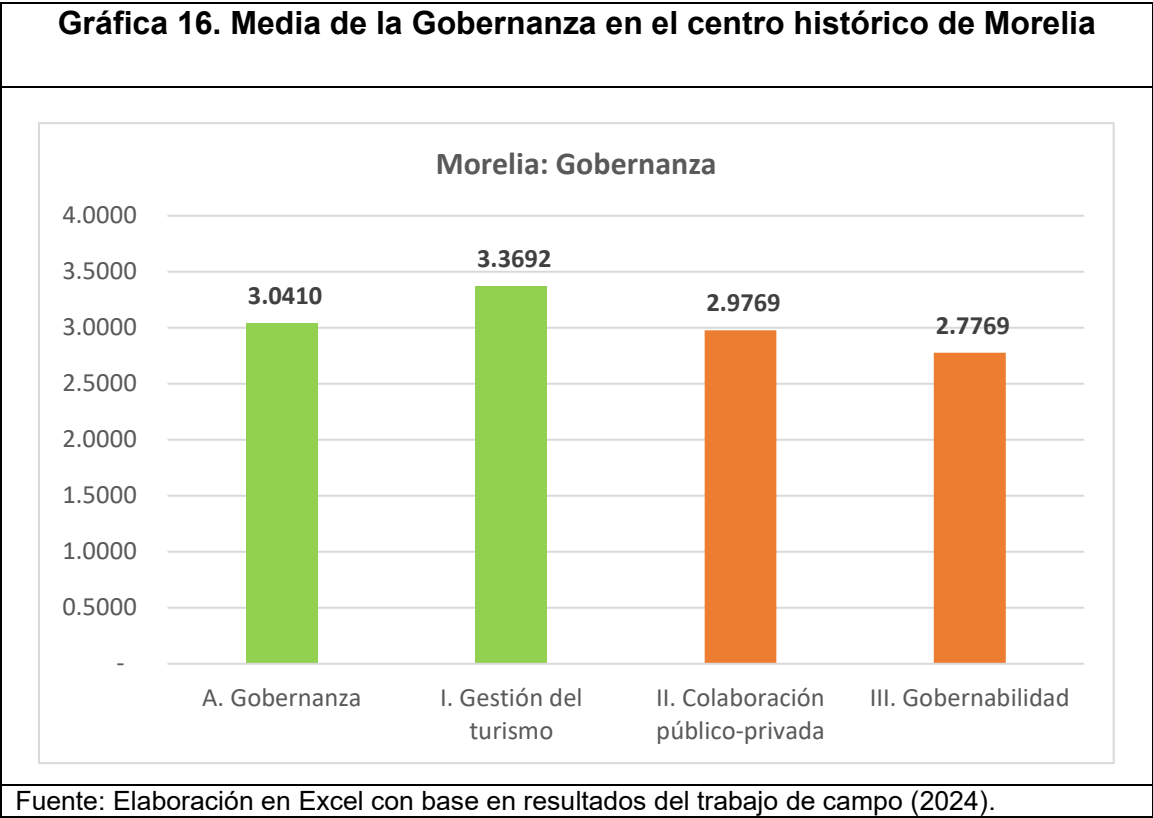
castigada con un valor de 2.3778, la cual se suma a las variables de *sostenibilidad* y de *innovación*, encontradas por debajo de la media de 3 (ver Gráfica 15).



Se muestra a continuación, el resultado de la variable independiente *gobernanza* con sus 3 dimensiones: gestión del turismo, colaboración público-privada y gobernabilidad. La media que otorgaron los 195 encuestados para gobernanza es de 3.0410 que se ubica en el valor de en medio de la escala, siendo algo ni bueno, ni malo según la percepción recabada en el centro histórico de Morelia, México.

La media de la dimensión de la gestión del turismo es la mayor con 3.3692 y se evaluó con el indicador de la priorización del turismo y un segundo indicador referente a si la experiencia turística se ha logrado sin afectar a la población. Por su parte, la media de menor valor fue para la dimensión de la gobernabilidad con un 2.7769, que implicó el indicador de la percepción ciudadana y la relación con

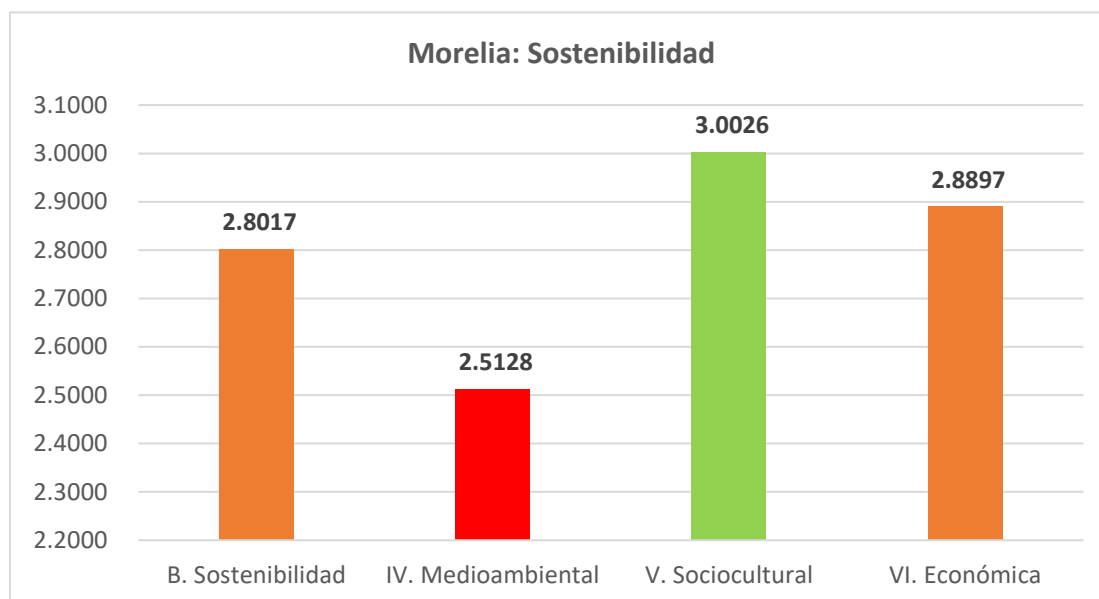
organizaciones civiles. Por último, la dimensión de la colaboración público-privada se ubicó por debajo de la media de la *gobernanza* con 2.9769 (ver Gráfica 16).



Se prosigue con la media correspondiente a la variable *sostenibilidad*, la cual ha recibido un valor de 2.8017, que no llega al valor medio de la escala y se encuentra por debajo del índice global que se presentó para el caso del centro histórico de Morelia después de la aplicación de las 195 encuestas.

En este caso, la dimensión sociocultural resultó como mejor calificada (3.0026) abonando al alza de la variable *sostenibilidad*; los indicadores de esta dimensión son prácticas sostenibles y respeto al patrimonio cultural. En contraparte, la dimensión medioambiental es la peor calificada (2.5128), y los indicadores de esta dimensión versan en la gestión de residuos sólidos y el si el transporte público que circula por el área patrimonial de Morelia es sostenible. Un detalle por considerar es que la dimensión económica de la *sostenibilidad* superó la media de la variable, con 2.8897 (ver Gráfica 17).

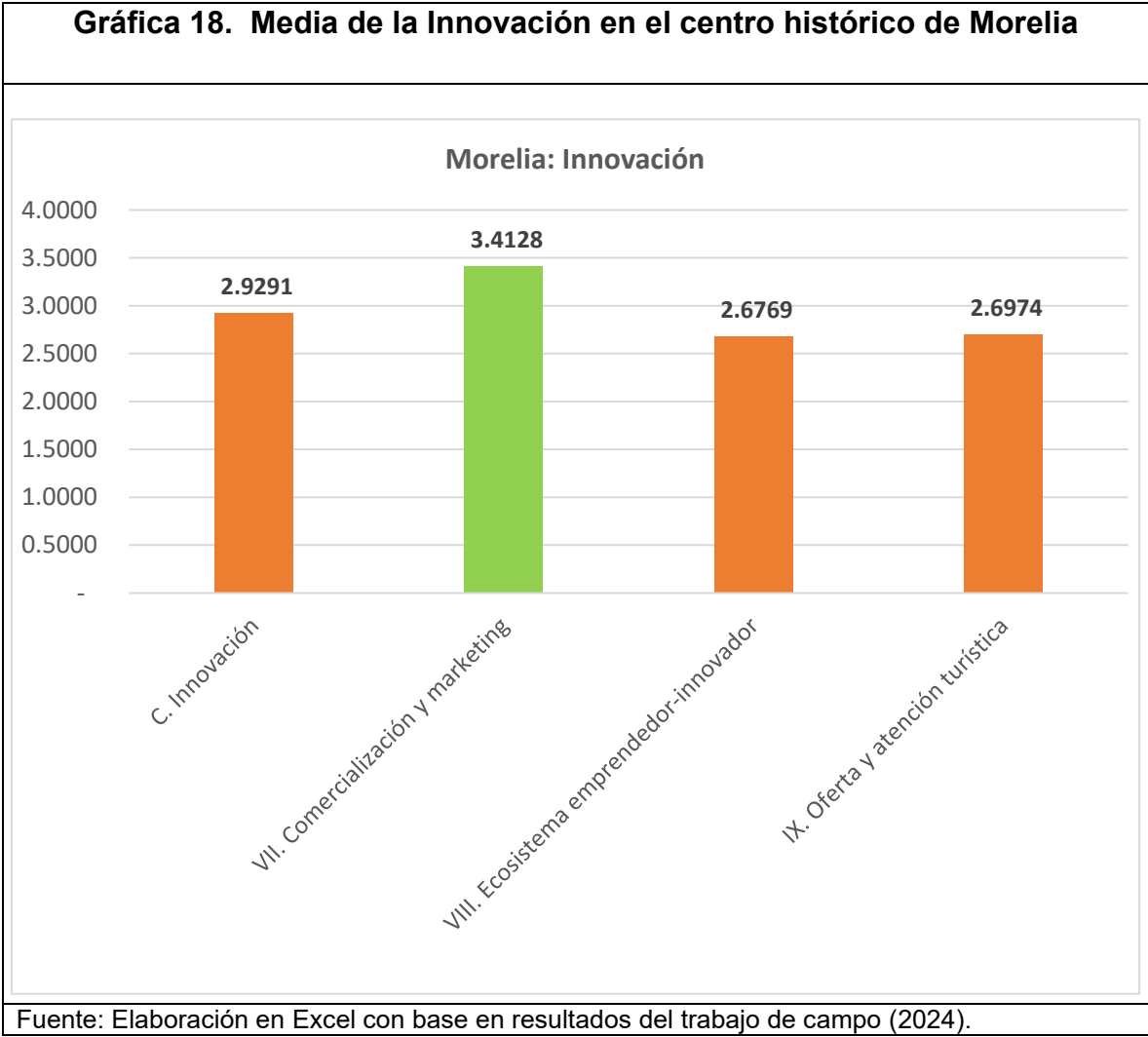
Gráfica 17. Media de la Sostenibilidad en el centro histórico de Morelia



Fuente: Elaboración en Excel con base en resultados del trabajo de campo (2024).

Siguiendo con la variable *innovación*, los 195 encuestados han ubicado una media de 2.9291, por lo que se queda debajo del valor medio de la escala. Las dimensiones que se tomaron en cuenta son la comercialización y redes sociales, el ecosistema emprendedor-innovador y la oferta y atención turística.

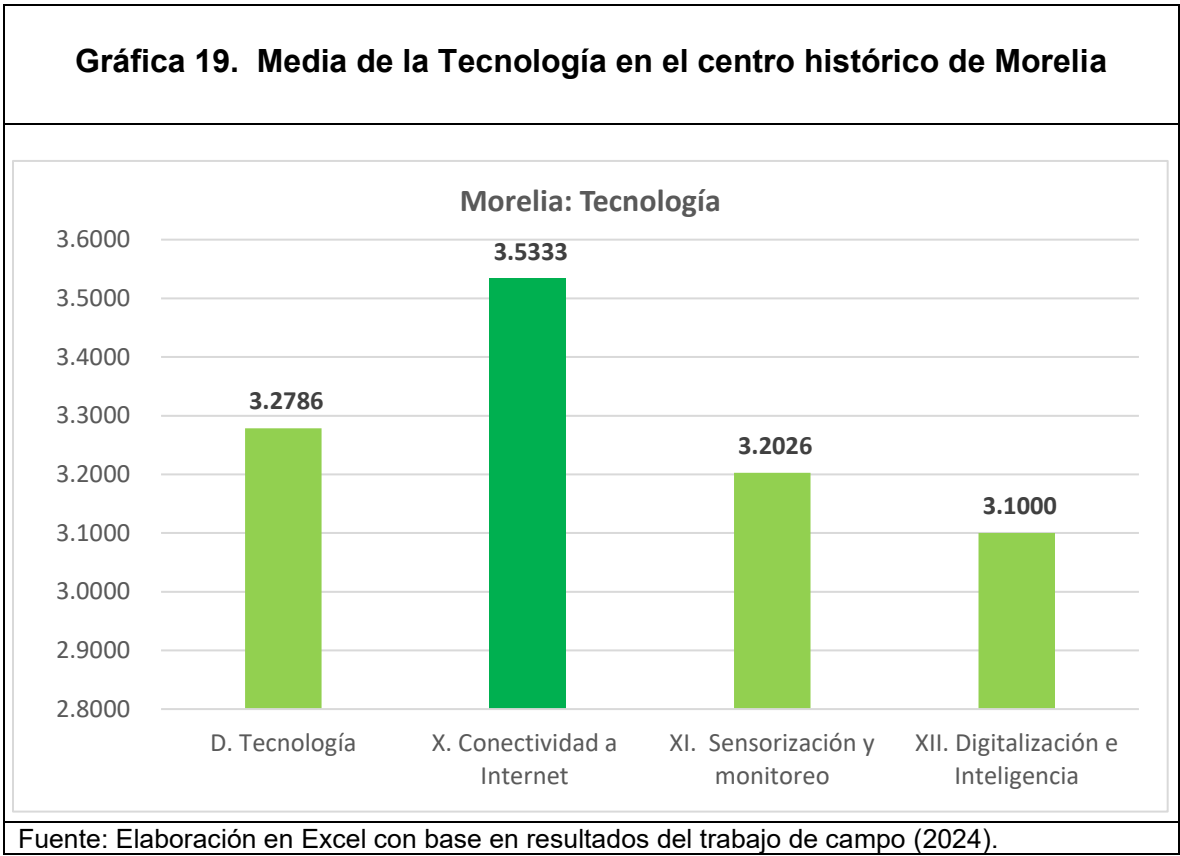
Únicamente la comercialización y redes sociales se ubicó por encima de la media de la variable, con un 3.4128 y esta dimensión se mide con la comercialización innovadora y la eficacia en redes sociales. Entre las otras 2 dimensiones no hay diferencia prácticamente, se encuentran por debajo de la media de la variable y son los indicadores de apoyo a Pymes y emprendimientos basados en TIC los que componen al ecosistema emprendedor-innovador. Finalmente, los indicadores de innovación en productos turísticos y oficinas inteligentes para la atención al turista son los que corresponden a la dimensión de oferta y atención turística (ver Gráfica 18).



La variable *tecnología* resultó la más alta, con una media de 3.2786 de entre las 195 encuestas aplicadas. Esta variable, al encontrarse por arriba del índice global, influye al alza de dicho índice y las dimensiones son conectividad a internet, sensorización y monitoreo, además de digitalización e inteligencia.

Al revisar cada dimensión, se tiene a la conectividad a internet con la mejor media, por sus indicadores como son disponibilidad de wi-fi en plazas y espacios públicos, así como wi-fi en hoteles, cafeterías, restaurantes y bares. El resultado fue incluso mayor que la media de la variable (3.5333), muy distinto a la media de digitalización e inteligencia, dimensión que tuvo como indicadores la digitalización de empresas y de la inteligencia en el turismo resultando con el valor más bajo (3.1000). Los

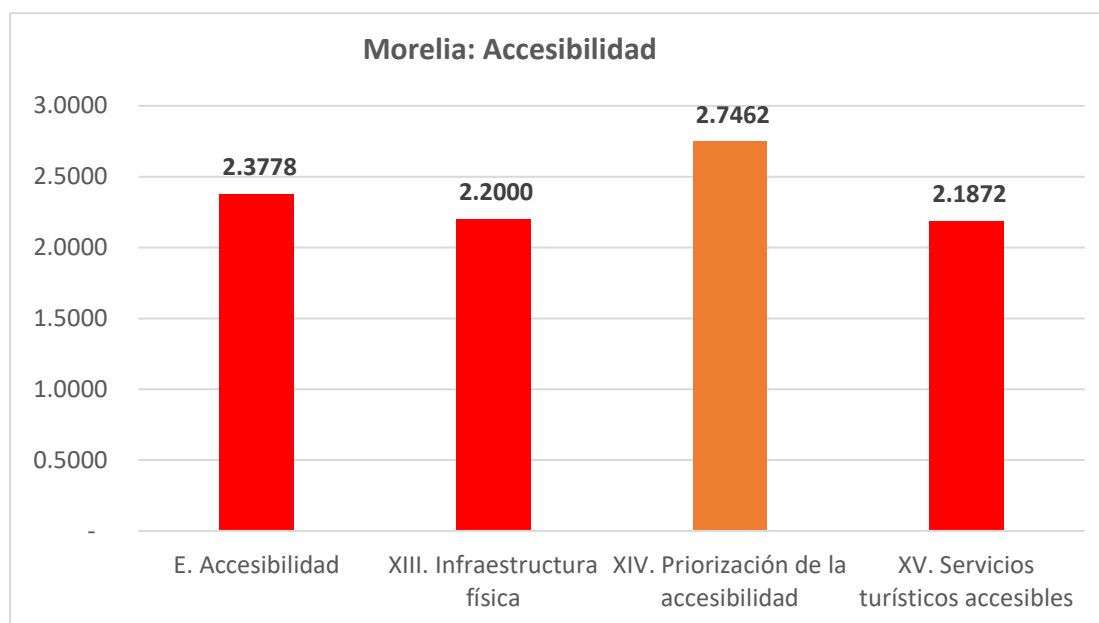
sensores inteligentes y el monitoreo para seguridad fueron calificados con una media de 3.2026, que es la dimensión faltante para esta variable (ver Gráfica 19).



Para concluir, la variable *accesibilidad* es la de peores números, con dos dimensiones por debajo de la media de la variable misma, por lo que dichas dimensiones influyeron a la baja de la media, que fue de 2.3778. Infraestructura física, priorización de la accesibilidad y servicios turísticos accesibles conforman esta variable independiente.

El trabajo de campo indica que la dimensión menos inquisidora es la priorización de la *accesibilidad* (2.7462), cuyos indicadores son: atractivos turísticos accesibles y capacitación para atender PCD. La calificación más baja fue servicios turísticos accesibles (2.1872), respondiendo al indicador de recursos informativos para PCD y el de recorridos turísticos accesibles para PCD. Por último, la infraestructura física se ubicó en 2.2000, resultado del indicador de señalética y movilidad, así como el indicador de transporte público accesible (ver Gráfica 20).

Gráfica 20. Media de la Accesibilidad en el centro histórico de Morelia



Fuente: Elaboración en Excel con base en resultados del trabajo de campo (2024).

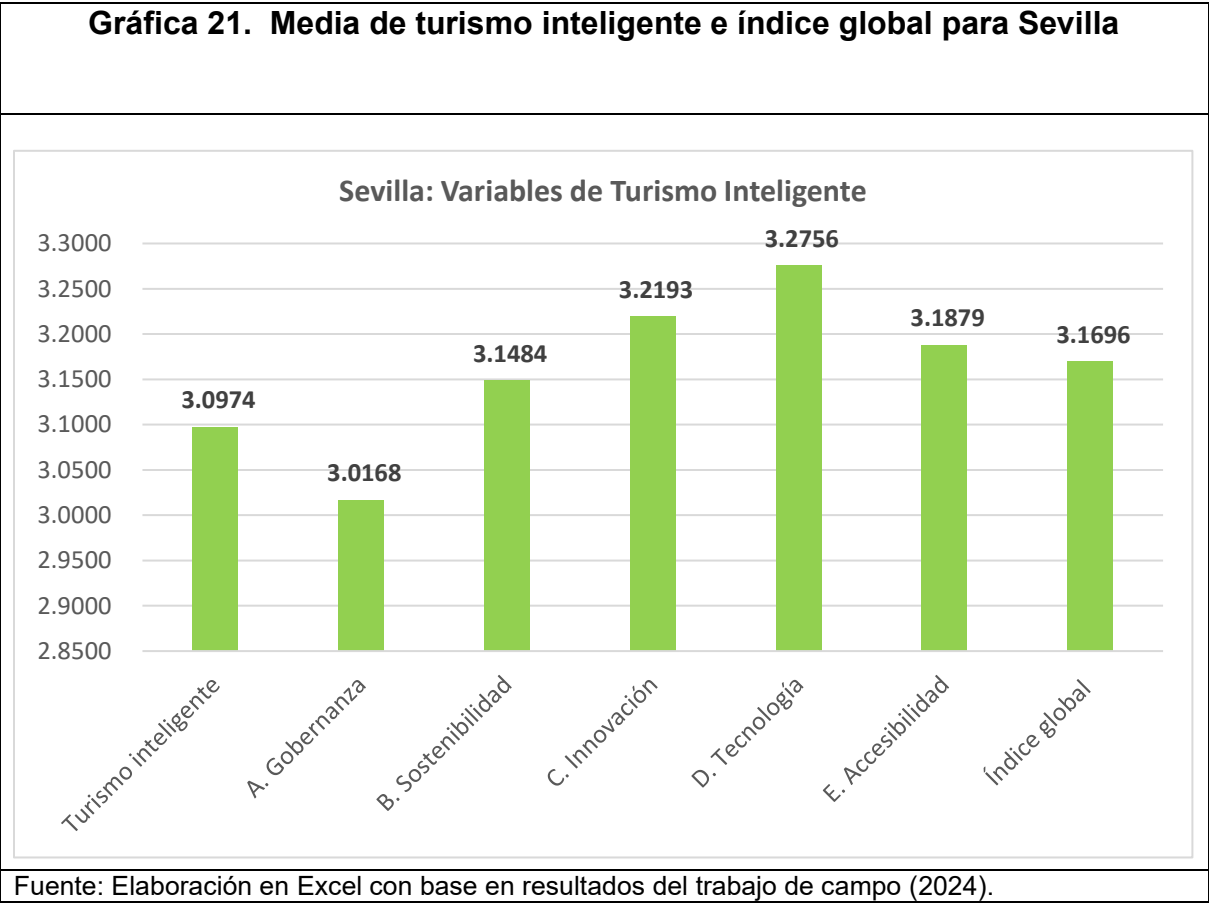
6.2.2 Casco antiguo de Sevilla, España

Se realizó una estancia de investigación en la ciudad de Sevilla, especialmente para la aplicación del instrumento de investigación en el casco antiguo. Para ello fue preciso comenzar con la revisión de fuentes secundarias como la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Sevilla y la Cámara de Comercio con el fin de integrar el universo y diferenciar los tipos de organizaciones que se enlazan a la actividad turística, toda vez que las diferencias territoriales y la oferta turística funciona de manera distinta a la que predomina en Morelia.

El número resultante fue de 228 entrevistas a aplicar a los servidores turísticos pertenecientes a las organizaciones turísticas, mismas que se alcanzaron, siendo lo más complicado el acceso al personal del Ayuntamiento, lo que se terminó logrando a base de llamadas, correos e insistencia. Por otra parte, fue imperante entender los horarios en los establecimientos de alimentos y bebidas para no obstaculizar el trabajo de los empleados y lograr la aplicación del cuestionario.

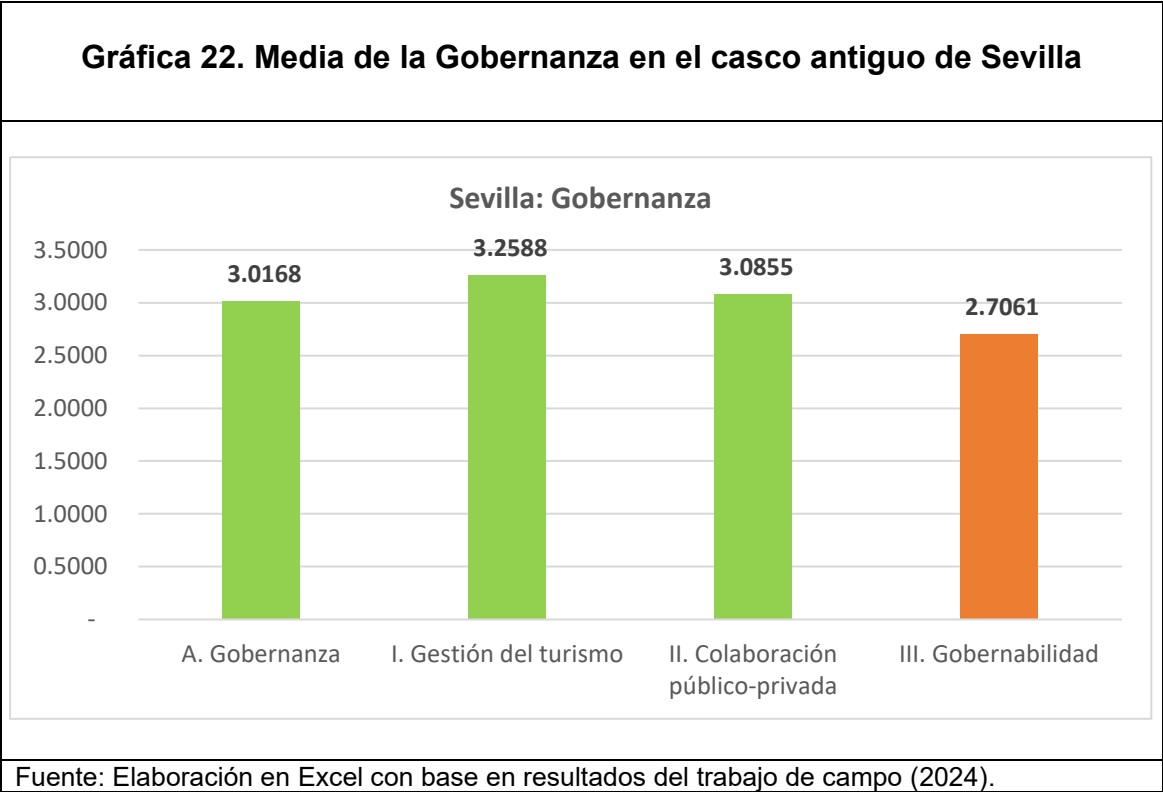
Las gráficas siguientes muestran una medición de turismo inteligente referida a los 5 primeros ítems del cuestionario, mismos que ofrecen una percepción muy general e inmediata. Por su parte, el índice global se refiere al promedio de las 3 dimensiones que componen a cada variable independiente, para calcular después el promedio de las 5 variables. Se puntualiza que la información de tipo estadístico, dígame media general, además de la desviación estándar y la varianza, se encuentra al final del documento para facilitar la lectura (ver Anexo 4). También en los anexos se encuentran las gráficas con porcentajes resultantes por cada reactivo y su respectiva tabla de frecuencias ver (Anexo 5).

Es así como el valor de turismo inteligente corresponde a 3.0974 y el índice global se elevó a 3.1696, que sería una percepción más completa sobre el tema en cuestión, implicando las variables con sus dimensiones. La *tecnología* se posicionó con 3.2756 sobre las demás y la *gobernanza* sacó la media más baja, aunque siendo mayor a 3 indica una valoración aún aceptable (ver Gráfica 21).



Se comienza con la revisión de la variable *gobernanza*, la cual ha sido la de menor valor, con una media de 3.0168. Se convierte en una variable que influye a la baja del índice global, cuyas dimensiones son gestión del turismo, colaboración público-privada y gobernabilidad.

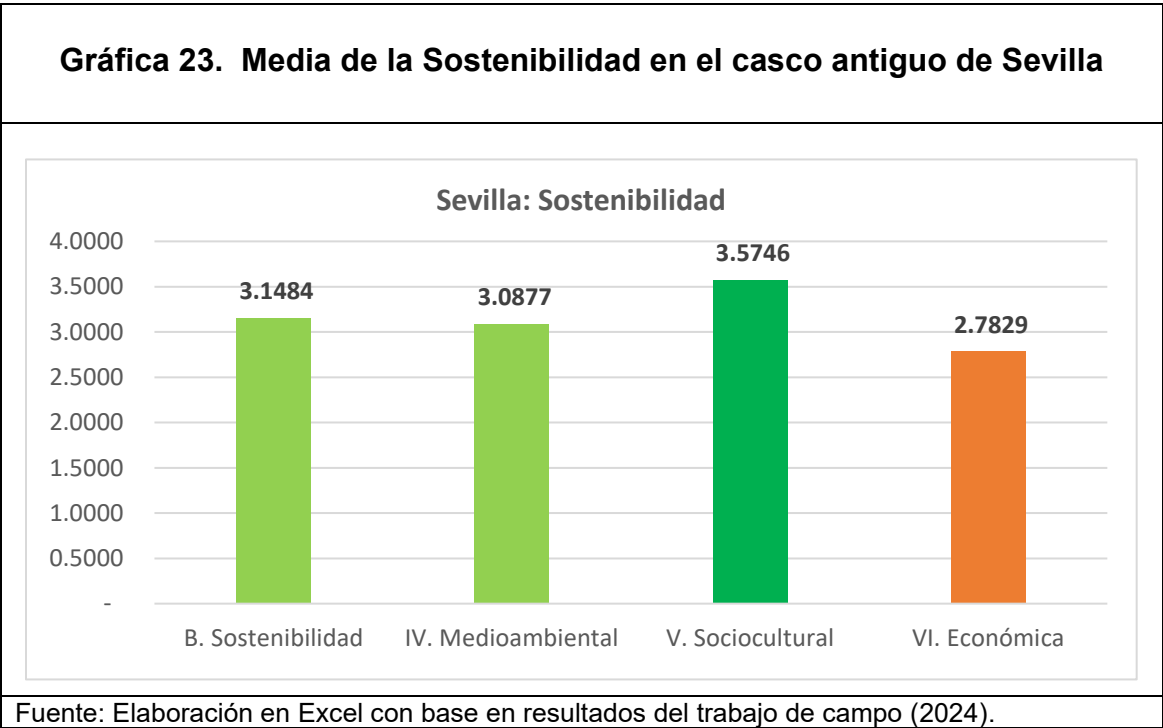
La dimensión que obtuvo la mejor media fue la de gestión del turismo, con indicadores que parecen contrapuestos toda vez que la priorización del turismo cuenta con un valor de 4.3421 contra experiencia turística equivalente a 2.1754, por lo que la media resulta alta. Por su parte, la gobernabilidad influyó a la baja, con un 2.7061, resultado del promedio entre sus indicadores: percepción ciudadana y relación con organizaciones civiles. Aún con ello, el indicador más bajo de los 6 que componen a *gobernanza* continuó siendo la que relaciona a la experiencia turística y su afectación al habitante (ver Gráfica 22).



Se prosigue con la variable *sostenibilidad*, cuyo resultado fue de 3.1484, considerado bajo al encontrarse solo por encima de la *gobernanza*. En este caso,

la dimensión sociocultural fue la mejor calificada y la económica funge como la del menor índice por parte de los 228 encuestados.

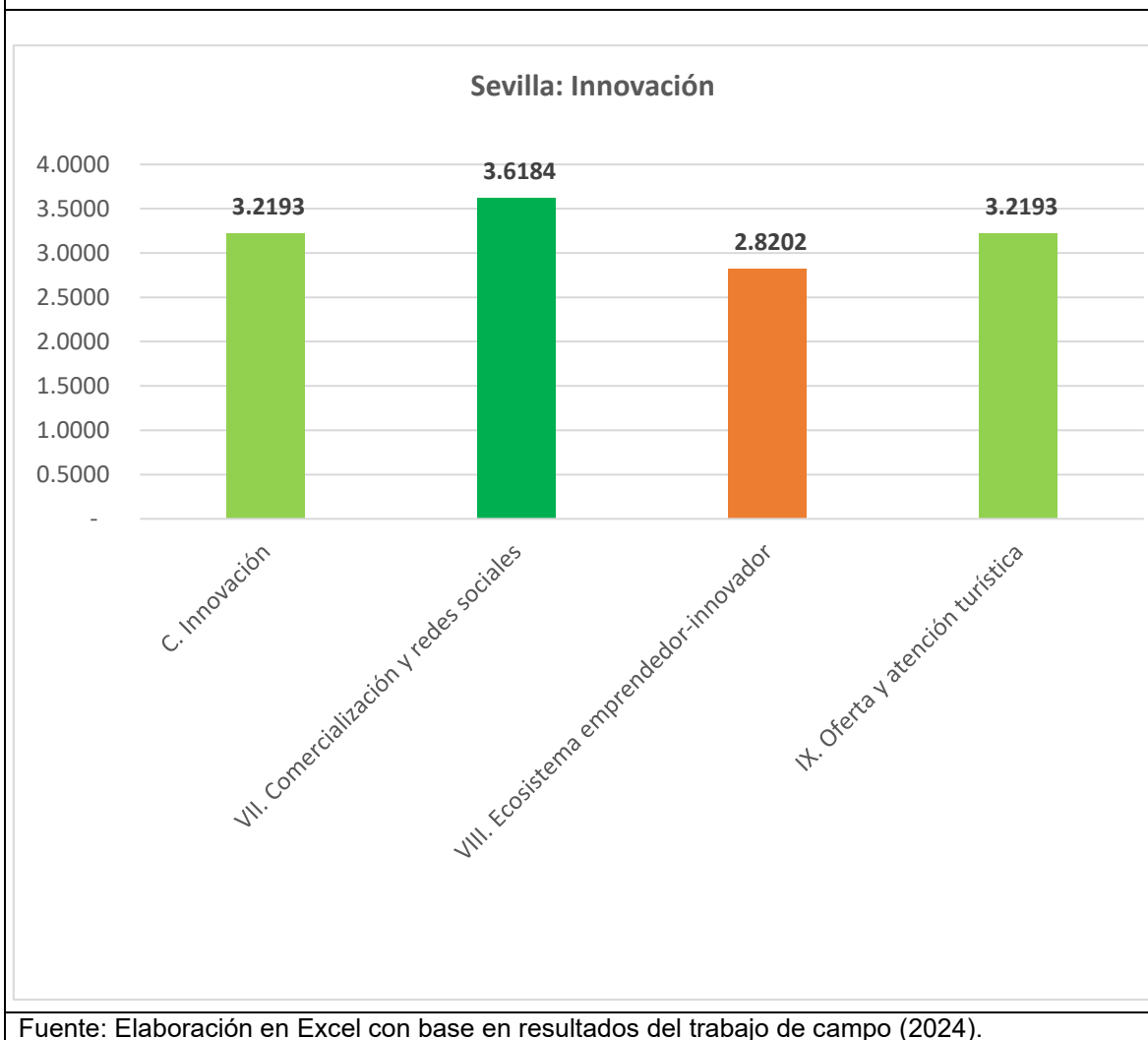
De las tres dimensiones, únicamente la sociocultural influyó al alza de la variable y esto fue por la percepción mayormente positiva en cuanto a las prácticas sostenibles y el respeto al patrimonio cultural; estos dos indicadores conformaron la media de 3.5746. Por su parte, la dimensión económica ha influido a la baja del índice de la variable, con un resultado de 2.7829 es importante recordar que los indicadores en este caso son empleo sostenible y desarrollo en área patrimonial (ver Gráfica 23).



Una de las variables de mayor fortaleza para el caso de Sevilla es la de *innovación*, compuesta por la comercialización y redes sociales, el ecosistema emprendedor-innovador y la oferta y atención turística como dimensiones.

De este modo, la dimensión de comercialización y redes sociales ha sido la mejor ubicada, lo que ha sido impulsado por el 3.8684 que tuvo el indicador enlazado a la eficacia de las redes sociales. En contraparte, la dimensión de ecosistema emprendedor-innovador se ha visto afectado por la media del indicador correspondiente a apoyo a PyMEs equivalente a 2.5877 (ver Gráfica 24).

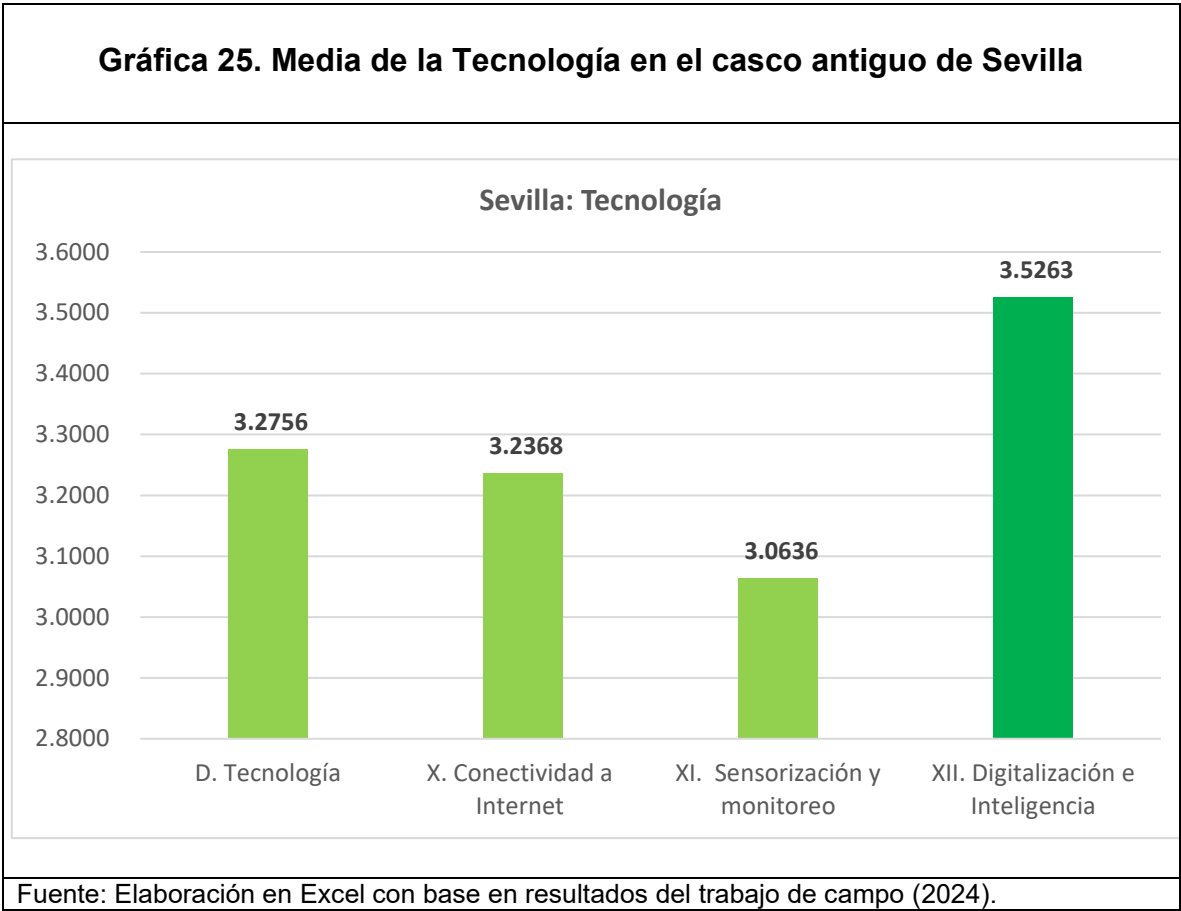
Gráfica 24. Media de la Innovación en el casco antiguo de Sevilla



Con respecto a la variable *tecnología* es pertinente mencionar que fue la mejor posicionada de entre las 5 variables independientes. Las dimensiones que se definieron para *tecnología* son conectividad a Internet, sensorización y monitoreo, además de digitalización e inteligencia, siendo esta última la que abona al alza de la variable por su media de 3.5263.

La dimensión de digitalización e inteligencia cuenta con el indicador referente a la digitalización de empresas, el cual obtuvo 3.8026 como media, solo por detrás de otro indicador que se encuentra en la dimensión de conectividad a Internet; este es

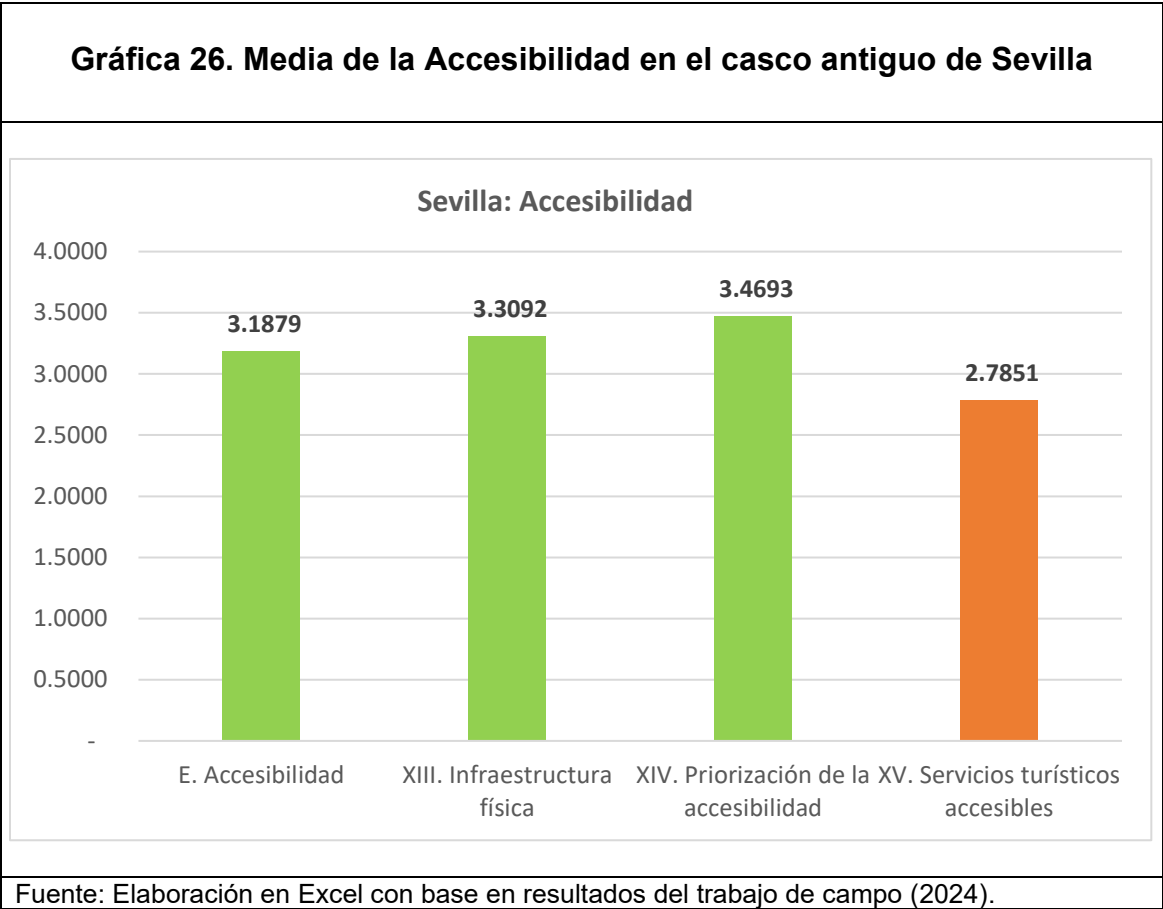
el de wi-fi en espacios cerrados, con un resultado de 3.9123. Sin embargo, el indicador que influyó a la baja de la mencionada dimensión fue wi-fi en espacios abiertos, por su valor de 2.5614, que en conjunto con el otro indicador arrojan una media de 3.2368 (ver Gráfica 25).



Finalmente, para la variable *accesibilidad* se muestra la gráfica que expone la dimensión de priorización de la accesibilidad como la mejor, la infraestructura física en segundo lugar y como tercer puesto los servicios turísticos accesibles.

El mejor de los 6 indicadores fue el de transporte público accesible, con casi 3.9, pero corresponde a la dimensión de infraestructura turística haciendo mancuerna con el indicador más bajo, denominado señalética y movilidad (2.7193) influyendo a la baja de esta dimensión. Por otro lado, el indicador que más influyó al alza de la dimensión más alta de esta variable fue el de atractivos turísticos accesibles con

3.5877, mismo que se compaginó con el indicador de capacitación para atender PCD y que resultó en 3.3509 (ver Gráfica 26).



6.3 Pruebas de normalidad para los casos de estudio

En este punto de la investigación se pretende probar la relación existente entre las variables para cada caso de estudio, es decir, la correlación. Para elegir entre la correlación de Pearson o de Spearman se debe determinar si los conjuntos de datos siguen una distribución normal (campana de Gauss), lo que definirá precisamente la utilización de métodos estadísticos paramétricos o no paramétricos. Tanto para el caso de Morelia como el de Sevilla, las muestras se consideran grandes al ser mayores a 50 observaciones y se opta por la prueba de normalidad de KS.

6.3.1 Centro histórico de Morelia, México

A través de la prueba de KS se puede constatar que, para el caso de Morelia, México la muestra es no paramétrica, toda vez que la significancia o *valor-p* fue prácticamente 0 para todos los ítems. La prueba asume que si este valor fuera mayor o igual a 0.05 se habla de una muestra normal o paramétrica (ver Tabla 28).

Tabla 28. Prueba de normalidad para la muestra de Morelia

Kolmogorov-Smirnov ^a	Estadístico	gl	Significancia
1.- La gobernanza en Morelia se da de manera óptima	.199	195	7.57757E-21
2.- La sostenibilidad está presente en el centro histórico	.268	195	4.1447E-39
3.- La innovación es visible en el ramo turístico	.242	195	1.14042E-31
4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística	.260	195	1.454E-36
5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en todo el centro histórico	.252	195	3.0751E-34
6.- En Morelia se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos	.283	195	8.87098E-44
7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población	.320	195	1.21502E-56
8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado	.235	195	1.14849E-29
9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales	.250	195	6.55515E-34
10.- La calidad de vida en el centro de Morelia es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal	.231	195	1.54072E-28
11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo	.197	195	1.8424E-20
12.- Los botes de basura en el área patrimonial son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas	.284	195	4.34787E-44
13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible	.250	195	1.11767E-33
14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del centro histórico	.249	195	1.41409E-33
15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los morelianos	.198	195	9.17906E-21
16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios	.268	195	5.08111E-39
17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro histórico	.275	195	3.40328E-41

18.- La forma en que se comercializa Morelia hacia afuera es innovadora	.248	195	2.49083E-33
19.- Las redes sociales han ayudado a que el moreliano se integre a eventos culturales	.365	195	1.70595E-74
20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites	.196	195	3.18537E-20
21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local	.224	195	5.75168E-27
22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Morelia	.259	195	2.19236E-36
23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos	.292	195	1.04062E-46
24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos	.217	195	4.75563E-25
25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes	.325	195	2.32381E-58
26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el área patrimonial, como los de riego en jardines para ahorrar agua	.199	195	5.31807E-21
27.- En el centro de Morelia hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito	.324	195	5.86763E-58
28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito	.329	195	5.07431E-60
29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante	.260	195	1.21984E-36
30.- En el área patrimonial hay suficientes rampas, señalética y semáforos para Personas con Discapacidad	.219	195	1.7252E-25
31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas	.369	195	6.95491E-76
32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del centro histórico	.226	195	2.85771E-27
33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad	.259	195	1.80143E-36
34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos	.298	195	9.3668E-49
35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad	.301	195	6.04514E-50
a. Corrección de significación de Lilliefors			
Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2025).			

6.3.2 Casco antiguo de Sevilla, España

De igual manera, con la prueba de KS se confirma la asimetría de la muestra para el caso de Sevilla por la significancia, también aproximada a 0 para la totalidad de los ítems del instrumento de investigación (ver Tabla 29).

Tabla 29. Prueba de normalidad para la muestra de Sevilla			
Kolmogorov-Smirnov ^a	Estadístico	gl	Significancia
1.- La gobernanza en Sevilla se da de manera óptima	.215	228	5.07042E-29
2.- La sostenibilidad está presente en el casco antiguo	.265	228	1.05068E-44
3.- La innovación es visible en el ramo turístico	.316	228	9.23836E-65
4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística	.305	228	3.92313E-60
5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en todo el casco antiguo	.225	228	8.37802E-32
6.- En Sevilla se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos	.286	228	1.25531E-52
7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población	.258	228	3.3727E-42
8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado	.303	228	2.81999E-59
9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales	.242	228	6.57649E-37
10.- La calidad de vida en el centro de Sevilla es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal	.259	228	1.19592E-42
11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo	.207	228	9.39111E-27
12.- Los botes de basura en el área patrimonial son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas	.278	228	1.91962E-49
13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible	.360	228	8.38778E-85
14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del centro histórico	.309	228	7.61849E-62
15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los sevillanos	.292	228	5.17543E-55
16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios	.213	228	1.94639E-28
17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del casco antiguo	.310	228	5.84686E-62
18.- La forma en que se comercializa Sevilla hacia afuera es innovadora	.318	228	1.86113E-65
19.- Las redes sociales han ayudado a que el sevillano se integre a eventos culturales	.381	228	4.45697E-95

20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites	.208	228	7.20285E-27
21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local	.202	228	2.85625E-25
22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Sevilla	.338	228	1.89028E-74
23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos	.224	228	1.70527E-31
24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos	.292	228	6.25586E-55
25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes	.360	228	2.09091E-84
26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el área patrimonial, como los de riego en jardines para ahorrar agua	.246	228	2.0565E-38
27.- En el centro de Sevilla hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito	.279	228	8.60671E-50
28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito	.374	228	1.26515E-91
29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante	.255	228	3.50028E-41
30.- En el área patrimonial hay suficientes rampas, señalética y semáforos para Personas con Discapacidad	.281	228	1.37887E-50
31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas	.368	228	2.75964E-88
32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del casco antiguo	.347	228	1.85715E-78
33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad	.293	228	2.45722E-55
34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos	.289	228	1.11142E-53
35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad	.207	228	1.08754E-26
a. Corrección de significación de Lilliefors			
Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2025).			

6.4 Correlación de Spearman de los casos de estudio

Se utiliza la correlación de Spearman, toda vez que la prueba de normalidad de KS dictaminó muestras no paramétricas tanto para Morelia como para Sevilla.

6.4.1 Centro histórico de Morelia, México

A través de la correlación de Spearman se hace evidente que la medición de turismo inteligente (media de los primeros 5 ítems del cuestionario) mantiene correlaciones positivas medias con *gobernanza e innovación* y con el índice global (media de las variables independientes), lo que implica una simetría y una relación lineal importantes, siendo con este último el mayor valor: 0.648 (ver Tabla 30).

Tabla 30. Correlación de Spearman para el centro histórico de Morelia

Rho de Spearman		Turismo inteligente	A. Gobernanza	B. Sostenibilidad	C. Innovación	D. Tecnología	E. Accesibilidad	Índice global
Turismo inteligente	Coefficiente de correlación	1.000	,568**	,494**	,543**	,336**	,490**	,648**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	195	195	195	195	195	195	195
A. Gobernanza	Coefficiente de correlación	,568**	1.000	,522**	,508**	,364**	,402**	,755**
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	195	195	195	195	195	195	195
B. Sostenibilidad	Coefficiente de correlación	,494**	,522**	1.000	,452**	,429**	,383**	,739**
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	195	195	195	195	195	195	195
C. Innovación	Coefficiente de correlación	,543**	,508**	,452**	1.000	,520**	,437**	,780**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	195	195	195	195	195	195	195
D. Tecnología	Coefficiente de correlación	,336**	,364**	,429**	,520**	1.000	,399**	,709**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	195	195	195	195	195	195	195
E. Accesibilidad	Coefficiente de correlación	,490**	,402**	,383**	,437**	,399**	1.000	,697**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	195	195	195	195	195	195	195
Índice global	Coefficiente de correlación	,648**	,755**	,739**	,780**	,709**	,697**	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	195	195	195	195	195	195	195

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2025).

El índice de turismo inteligente tuvo correlaciones positivas débiles: *sostenibilidad, tecnología y accesibilidad*. Por su parte, el índice global mostró correlaciones positivas considerables con *gobernanza e innovación*, siendo con esta última la más fuerte, con 0.780; con el índice de *turismo inteligente* se mostró una correlación positiva media e igual con *sostenibilidad, tecnología y accesibilidad*.

6.4.2 Casco antiguo de Sevilla, España

Para el caso de Sevilla, se presentan de igual manera los índices de correlación de Spearman, con interesantes resultados descritos a continuación (ver Tabla 31).

Tabla 31. Correlación de Spearman para el casco antiguo de Sevilla

Rho de Spearman		Turismo inteligente	A. Gobernanza	B. Sostenibilidad	C. Innovación	D. Tecnología	E. Accesibilidad	Índice global
Turismo inteligente	Coeficiente de correlación	1.000	.566**	.591**	.447**	.361**	.527**	.691**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	228	228	228	228	228	228	228
A. Gobernanza	Coeficiente de correlación	.566**	1.000	.516**	.480**	.327**	.406**	.719**
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	228	228	228	228	228	228	228
B. Sostenibilidad	Coeficiente de correlación	.591**	.516**	1.000	.409**	.382**	.432**	.761**
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	228	228	228	228	228	228	228
C. Innovación	Coeficiente de correlación	.447**	.480**	.409**	1.000	.384**	.420**	.719**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	228	228	228	228	228	228	228
D. Tecnología	Coeficiente de correlación	.361**	.327**	.382**	.384**	1.000	.447**	.665**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	228	228	228	228	228	228	228
E. Accesibilidad	Coeficiente de correlación	.527**	.406**	.432**	.420**	.447**	1.000	.747**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	228	228	228	228	228	228	228
Índice global	Coeficiente de correlación	.691**	.719**	.761**	.719**	.665**	.747**	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	228	228	228	228	228	228	228

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

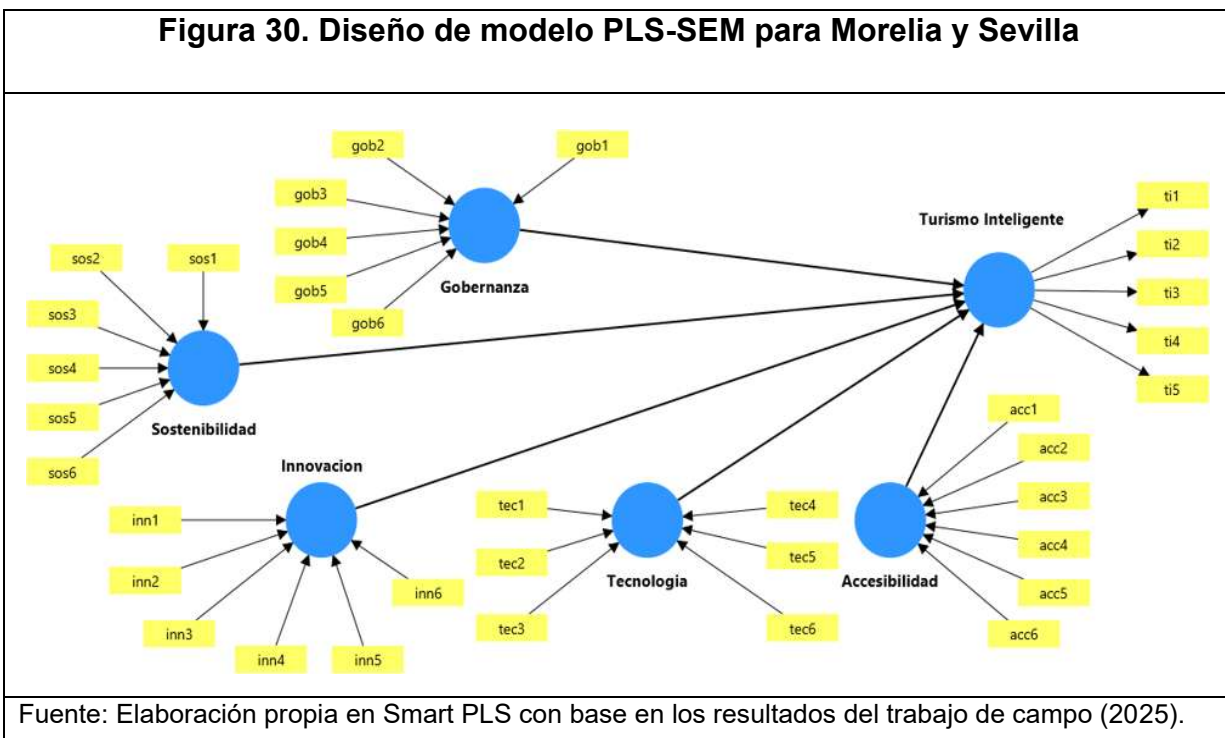
Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

El índice de turismo inteligente (media de los primeros 5 ítems del cuestionario) presenta correlaciones positivas medias con las variables independientes *gobernanza*, *sostenibilidad*, *accesibilidad* y con el índice global (media de las variables independientes), que ha dado el mayor valor: 0.691. Esto significa que los primeros 5 ítems del cuestionario se encuentran correlacionados con los 30 ítems restantes y que miden al *turismo inteligente*, pero con mayor profundidad. En contraparte, se observó una correlación positiva débil con *innovación* y *tecnología*.

Finalmente, el índice global expone una correlación positiva media con *turismo inteligente*, *gobernanza*, *innovación*, *tecnología* y *accesibilidad*; en estos casos se confirma la simetría y relación lineal importantes, principalmente con *sostenibilidad*, resultando una correlación positiva y considerable de 0.761.

6.5 Modelos de PLS-SEM para los casos de estudio

En la presente investigación se implicaron los constructos que resultaron del estado del arte del turismo inteligente, con un modo compuesto en modo B por las características que presentan los indicadores de las variables (ver Figura 30).



Las variables latentes se encuentran explicadas a partir de sus indicadores:

$$gob_i = \text{gobernanza}$$

$$sos_i = \text{sostenibilidad}$$

$$inn_i = \text{innovación}$$

$$tec_i = \text{tecnología}$$

$$acc_i = \text{accesibilidad}$$

$$\forall i > 0 \leq 6$$

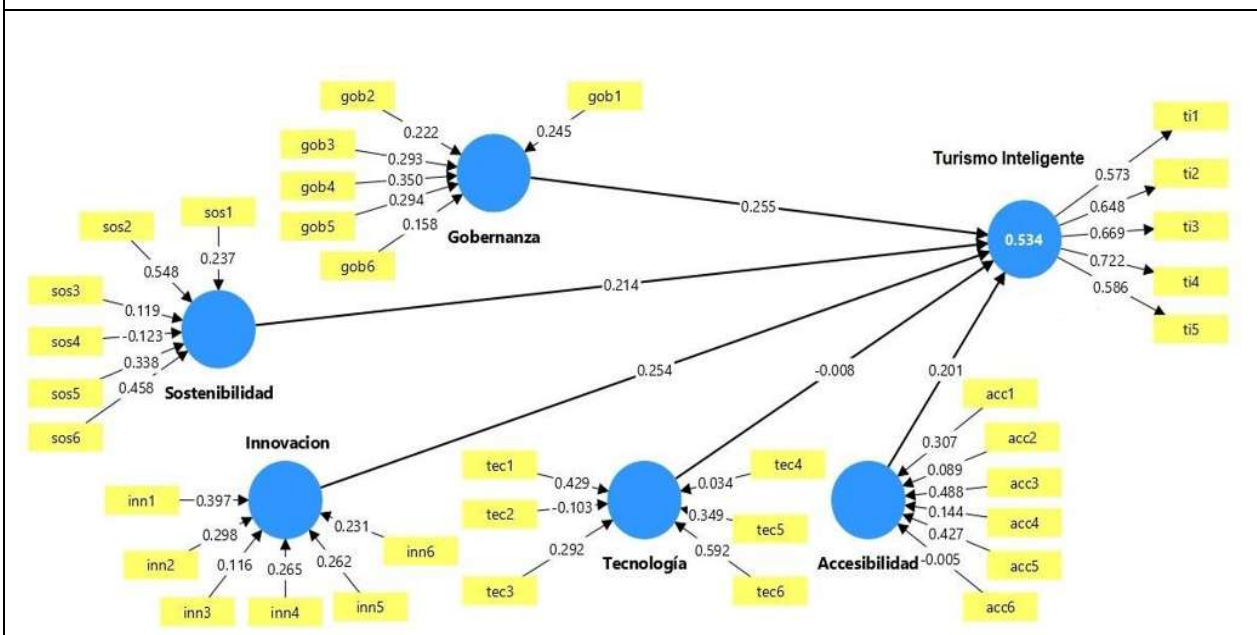
Se han dispuesto las flechas señalando de los indicadores a los constructos a excepción de la variable dependiente, ya que los 5 primeros ítems del instrumento de investigación habían sido concebidos para realizar también la medición en este tipo de modelo.

6.5.1 Centro histórico de Morelia, México

Se presenta el modelo para la muestra correspondiente al centro histórico de Morelia, en el cual se aprecian las variables independientes en forma de constructos con los respectivos 6 indicadores, mismos que cuentan con una nomenclatura. Como es característico de este tipo de modelos, se muestran los pesos externos de cada indicador y los coeficientes de *path* ubicados en las flechas que van hacia *turismo inteligente*.

La variable dependiente *turismo inteligente* muestra un 0.534 que corresponde a las cargas cruzadas, mismas que parten de este constructo hacia los 5 indicadores (ver Figura 31). Enseguida, viene la valoración del modelo de medida o externo, el cual comienza con la multicolinealidad, dada cuando a dos o más indicadores están altamente correlacionados y se revisa con la inflación de varianza. Esto se refiere al VIF, cuyos valores indican problemas de colinealidad si sobrepasan 3.3, pero la totalidad de ítems han quedado por debajo y están correctos (ver Tabla 32).

Figura 31. Modelo PLS-SEM para el centro histórico de Morelia



Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).

Tabla 32. Multicolinealidad en indicadores de Morelia

Indicador	VIF	Indicador	VIF	Indicador	VIF
ti1	1.161	sos1	1.087	tec1	1.156
ti2	1.239	sos2	1.194	tec2	1.157
ti3	1.315	sos3	1.173	tec3	1.077
ti4	1.367	sos4	1.191	tec4	1.121
ti5	1.134	sos5	1.253	tec5	1.138
Morelia		sos6	1.322	tec6	1.165
gob1	1.281	inn1	1.338	acc1	1.281
gob2	1.172	inn2	1.129	acc2	1.081
gob3	1.382	inn3	1.208	acc3	1.391
gob4	1.249	inn4	1.367	acc4	1.255
gob5	1.283	inn5	1.328	acc5	1.244
gob6	1.161	inn6	1.170	acc6	1.319

Fuente: Elaboración en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).

Se prosigue a la valoración de pesos externos, el cual proporciona el orden de prelación, es decir, la preferencia que tendría un indicador sobre otro. Se puede

interpretar como el indicador que requiere mayor atención, lo que tiene el potencial de ayudar a los tomadores de decisión. En cuanto a los primeros 5 ítems de *turismo inteligente* se observa a la *tecnología* con mayor peso (0.364); para la *gobernanza* se puede mencionar al indicador que refiere a la formación de capital humano (0.350); en *sostenibilidad* resultó el indicador de transporte público sostenible (0.548); para la *innovación* el indicador más importante es el que refiere a una comercialización innovadora del destino (0.397); la *tecnología* tiene como atención urgente a la inteligencia turística (0.592); y la *accesibilidad* arrojó a los atractivos turísticos accesibles (0.488) como indicador más prioritario (ver Tabla 33).

Tabla 33. Pesos externos de los indicadores de Morelia

Indicador	Pesos externos	Indicador	Pesos externos	Indicador	Pesos externos
ti1 <- Turismo Inteligente	0.274	sos1 -> Sostenibilidad	0.237	tec1 -> Tecnología	0.429
ti2 <- Turismo Inteligente	0.296	sos2 -> Sostenibilidad	0.548	tec2 -> Tecnología	-0.103
ti3 <- Turismo Inteligente	0.316	sos3 -> Sostenibilidad	0.119	tec3 -> Tecnología	0.292
ti4 <- Turismo Inteligente	0.364	sos4 -> Sostenibilidad	-0.123	tec4 -> Tecnología	0.034
ti5 <- Turismo Inteligente	0.303	sos5 -> Sostenibilidad	0.338	tec5 -> Tecnología	0.349
Morelia		sos6 -> Sostenibilidad	0.458	tec6 -> Tecnología	0.592
gob1 -> Gobernanza	0.245	inn1 -> Innovacion	0.397	acc1 -> Accesibilidad	0.307
gob2 -> Gobernanza	0.222	inn2 -> Innovacion	0.298	acc2 -> Accesibilidad	0.089
gob3 -> Gobernanza	0.293	inn3 -> Innovacion	0.116	acc3 -> Accesibilidad	0.488
gob4 -> Gobernanza	0.350	inn4 -> Innovacion	0.265	acc4 -> Accesibilidad	0.144
gob5 -> Gobernanza	0.294	inn5 -> Innovacion	0.262	acc5 -> Accesibilidad	0.427
gob6 -> Gobernanza	0.158	inn6 -> Innovacion	0.231	acc6 -> Accesibilidad	-0.005
Fuente: Elaboración en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).					

Las cargas externas deberían estar por encima de 0.5, pero en el modo B no se elimina indicador alguno para no alterar los constructos. En los 5 ítems de turismo inteligente la *gobernanza* resultó con menor carga (0.573), pero aún es muy buen número; en *gobernanza* la relación con organizaciones civiles tiene una carga poco deficiente a lo que menciona la teoría (0.488); en el caso de *sostenibilidad*, se observa una carga muy baja en lo referido al respeto al patrimonio cultural (0.267); siguiendo con la *innovación*, el indicador de apoyo a PyMES (0.488) casi llega al mínimo requerido; en cuando a *tecnología*, el indicador con la menor carga es el Wi-Fi en espacios cerrados (0.127); y en *accesibilidad* fue transporte público accesible (0.344) el indicador que se unió a este grupo de cargas más bajas (ver Tabla 34).

Tabla 34. Cargas externas de los indicadores de Morelia

Indicador	Cargas externas	Indicador	Cargas externas	Indicador	Cargas externas
ti1 <- Turismo Inteligente	0.573	sos1 -> Sostenibilidad	0.436	tec1 -> Tecnología	0.450
ti2 <- Turismo Inteligente	0.648	sos2 -> Sostenibilidad	0.685	tec2 -> Tecnología	0.127
ti3 <- Turismo Inteligente	0.669	sos3 -> Sostenibilidad	0.430	tec3 -> Tecnología	0.487
ti4 <- Turismo Inteligente	0.722	sos4 -> Sostenibilidad	0.267	tec4 -> Tecnología	0.326
ti5 <- Turismo Inteligente	0.586	sos5 -> Sostenibilidad	0.483	tec5 -> Tecnología	0.587
Morelia		sos6 -> Sostenibilidad	0.742	tec6 -> Tecnología	0.781
gob1 -> Gobernanza	0.633	inn1 -> Innovacion	0.764	acc1 -> Accesibilidad	0.668
gob2 -> Gobernanza	0.534	inn2 -> Innovacion	0.558	acc2 -> Accesibilidad	0.344
gob3 -> Gobernanza	0.712	inn3 -> Innovacion	0.488	acc3 -> Accesibilidad	0.803
gob4 -> Gobernanza	0.694	inn4 -> Innovacion	0.673	acc4 -> Accesibilidad	0.528
gob5 -> Gobernanza	0.676	inn5 -> Innovacion	0.667	acc5 -> Accesibilidad	0.700
gob6 -> Gobernanza	0.488	inn6 -> Innovacion	0.527	acc6 -> Accesibilidad	0.467
Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).					

Se realiza un *bootstrapping* de 2 colas, ya que no se impusieron signos en las hipótesis de la investigación; esto consiste en un remuestreo para revisar si los pesos y cargas son significativos, lo que se acepta si el *valor-p* es inferior a 0.05 (ver Tabla 35).

Tabla 35. Bootstrapping de dos colas con indicadores de Morelia					
Indicador	Valores p	Indicador	Valores p	Indicador	Valores p
ti1 <- Turismo Inteligente	0	sos1 -> Sostenibilidad	0.020	tec1 -> Tecnología	0.009
ti2 <- Turismo Inteligente	0	sos2 -> Sostenibilidad	0.000	tec2 -> Tecnología	0.534
ti3 <- Turismo Inteligente	0	sos3 -> Sostenibilidad	0.231	tec3 -> Tecnología	0.083
ti4 <- Turismo Inteligente	0	sos4 -> Sostenibilidad	0.245	tec4 -> Tecnología	0.838
ti5 <- Turismo Inteligente	0	sos5 -> Sostenibilidad	0.006	tec5 -> Tecnología	0.041
Morelia		sos6 -> Sostenibilidad	0.000	tec6 -> Tecnología	0.000
gob1 -> Gobernanza	0.032	inn1 -> Innovacion	0.001	acc1 -> Accesibilidad	0.043
gob2 -> Gobernanza	0.043	inn2 -> Innovacion	0.003	acc2 -> Accesibilidad	0.411
gob3 -> Gobernanza	0.014	inn3 -> Innovacion	0.250	acc3 -> Accesibilidad	0.000
gob4 -> Gobernanza	0.001	inn4 -> Innovacion	0.015	acc4 -> Accesibilidad	0.320
gob5 -> Gobernanza	0.012	inn5 -> Innovacion	0.012	acc5 -> Accesibilidad	0.000
gob6 -> Gobernanza	0.147	inn6 -> Innovacion	0.033	acc6 -> Accesibilidad	0.970
Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).					

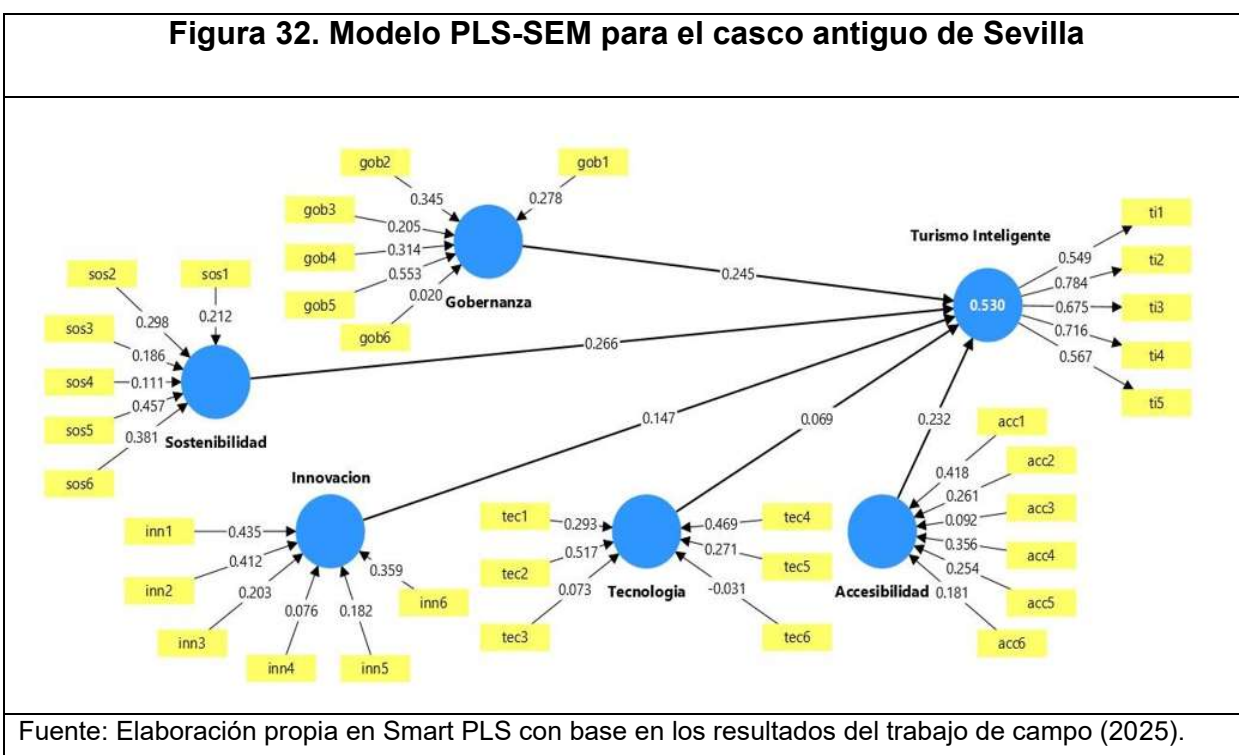
El resultado permite ver que, para *gobernanza*, la relación con organizaciones civiles no es significativa (0.147); para la *sostenibilidad* son las prácticas sostenibles (0.231) y el respeto al patrimonio cultural (0.245); proseguimos a *innovación* y encontramos que el apoyo a PyMEs carece de significancia (0.250); en lo referente a *tecnología* se contó con 3 indicadores de este tipo: Wi-Fi en espacios cerrados (0.534), sensores inteligentes (0.083) y monitoreo para seguridad (0.838); mismo caso para *accesibilidad*, con transporte público accesible (0.411), Capacitación para atender PCD (0.320) y recorridos turísticos accesibles (0.970).

Finalmente, se presentan los coeficientes *path* de cada compuesto junto con las correlaciones para obtener la varianza explicada. Esto implica que del 53.4% que presenta el *turismo inteligente* de Morelia, la *gobernanza* explica un 15.3%, mientras que la *sostenibilidad* lo hace con 12.3%, la *innovación* con 15.6%, la *tecnología* reporta un -0.3% y la *accesibilidad* un 10.4% (ver Tabla 36).

Tabla 36. Varianza explicada para el caso de Morelia			
Constructos	Correlaciones	Varianza explicada	En porcentaje
Turismo Inteligente <-> Accesibilidad	0.519	0.104	10.4%
Turismo Inteligente <-> Gobernanza	0.601	0.153	15.3%
Turismo Inteligente <-> innovación	0.613	0.156	15.6%
Turismo Inteligente <-> Sostenibilidad	0.577	0.123	12.3%
Turismo Inteligente <-> Tecnología	0.399	-0.003	-0.3%
Turismo Inteligente Morelia		0.534	53.4%
Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).			

6.5.2 Casco antiguo de Sevilla, España

Se visualiza, en primer lugar, el modelo compuesto para el estudio llevado a cabo en el casco antiguo de Sevilla, del mismo modo con los 5 constructos a la izquierda, cuyas flechas se dirigen a *turismo inteligente*. Visualmente se afirma que, en este tipo de modelos, la variable dependiente se ubica más a la derecha. De igual manera que en el caso mexicano, se muestran los pesos externos de cada indicador, mismos que muestran una nomenclatura. Los coeficientes *path* y las cargas cruzadas son visibles, en donde la variable dependiente alcanzó un valor de 0.530. Es decir que se encuentra explicada al 53% con el modelo propuesto (ver Figura 32).



Enseguida, se comienza la valoración del modelo externo, donde la relevancia de la multicolinealidad es tal, que si algún indicador supera un valor VIF de 3.3 sería necesario eliminarlo del modelo y solo es bajo esta condicionante. Sin embargo, todos los indicadores resultaron menores a dicho valor (ver Tabla 37).

Tabla 37. Multicolinealidad en indicadores de Sevilla

Indicador	VIF	Indicador	VIF	Indicador	VIF
ti1	1.236	sos1	1.121	tec1	1.153
ti2	1.556	sos2	1.150	tec2	1.106
ti3	1.345	sos3	1.184	tec3	1.136
ti4	1.396	sos4	1.189	tec4	1.186
ti5	1.122	sos5	1.181	tec5	1.222
Sevilla		sos6	1.281	tec6	1.158
gob1	1.094	inn1	1.266	acc1	1.452
gob2	1.151	inn2	1.125	acc2	1.228
gob3	1.263	inn3	1.208	acc3	1.434
gob4	1.108	inn4	1.207	acc4	1.208
gob5	1.306	inn5	1.365	acc5	1.250
gob6	1.162	inn6	1.157	acc6	1.378

Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).

La valoración de pesos externos se entiende el orden en que se debe atender cada grupo de indicadores, ya que el puntaje más alto es lo más prioritario para trabajar. Es entonces un orden de prelación, bastante útil en muchas investigaciones del área de las ciencias sociales y para directivos tanto del sector público como del sector privado.

Para los 5 ítems de turismo inteligente se observa a la *sostenibilidad* con mayor peso (0.342); para la *gobernanza* el indicador de percepción ciudadana fue el más alto (0.553); en *sostenibilidad* resultó el indicador de empleo sostenible (0.457); para la *innovación* el indicador más importante es el que refiere a una comercialización innovadora del destino (0.435); la *tecnología* tiene como atención urgente al Wi-Fi en espacios cerrados (0.517); y la *accesibilidad* arrojó a la señalética y movilidad (0.418) como indicador más prioritario (ver Tabla 38).

Tabla 38. Pesos externos de los indicadores de Sevilla					
Indicador	Pesos externos	Indicador	Pesos externos	Indicador	Pesos externos
ti1 <- Turismo Inteligente	0.231	sos1 -> Sostenibilidad	0.212	tec1 -> Tecnologia	0.293
ti2 <- Turismo Inteligente	0.342	sos2 -> Sostenibilidad	0.298	tec2 -> Tecnologia	0.517
ti3 <- Turismo Inteligente	0.298	sos3 -> Sostenibilidad	0.186	tec3 -> Tecnologia	0.073
ti4 <- Turismo Inteligente	0.310	sos4 -> Sostenibilidad	0.111	tec4 -> Tecnologia	0.469
ti5 <- Turismo Inteligente	0.321	sos5 -> Sostenibilidad	0.457	tec5 -> Tecnologia	0.271
Sevilla		sos6 -> Sostenibilidad	0.381	tec6 -> Tecnologia	-0.031
gob1 -> Gobernanza	0.278	inn1 -> Innovacion	0.435	acc1 -> Accesibilidad	0.418
gob2 -> Gobernanza	0.345	inn2 -> Innovacion	0.412	acc2 -> Accesibilidad	0.261
gob3 -> Gobernanza	0.205	inn3 -> Innovacion	0.203	acc3 -> Accesibilidad	0.092
gob4 -> Gobernanza	0.314	inn4 -> Innovacion	0.076	acc4 -> Accesibilidad	0.356
gob5 -> Gobernanza	0.553	inn5 -> Innovacion	0.182	acc5 -> Accesibilidad	0.254
gob6 -> Gobernanza	0.020	inn6 -> Innovacion	0.359	acc6 -> Accesibilidad	0.181
Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).					

Se prosigue con las cargas externas, que preferentemente deben superar 0.5, pero no existen inconvenientes si algunos indicadores no lo cumplen. En los 5 ítems de turismo inteligente, el de *gobernanza* resultó con menor carga (0.549), pero aún es aceptable; en *gobernanza* la priorización del turismo tiene una carga muy baja (0.279); en el caso de *sostenibilidad*, se observa una carga un poco baja en lo referido a la gestión de residuos sólidos (0.457); siguiendo con la variable *innovación*, el indicador de emprendimientos basados en TIC (0.397) se encuentra debajo de lo requerido; en *tecnología*, el indicador con la menor carga es la inteligencia turística (0.288); y en *accesibilidad* todos los indicadores superaron el 0.5 que según la teoría se espera en estos modelos (ver Tabla 39).

Tabla 39. Cargas externas de los indicadores de Sevilla					
Indicador	Cargas externas	Indicador	Cargas externas	Indicador	Cargas externas
ti1 <- Turismo Inteligente	0.549	sos1 -> Sostenibilidad	0.457	tec1 -> Tecnologia	0.559
ti2 <- Turismo Inteligente	0.784	sos2 -> Sostenibilidad	0.542	tec2 -> Tecnologia	0.677
ti3 <- Turismo Inteligente	0.675	sos3 -> Sostenibilidad	0.516	tec3 -> Tecnologia	0.390
ti4 <- Turismo Inteligente	0.716	sos4 -> Sostenibilidad	0.471	tec4 -> Tecnologia	0.682
ti5 <- Turismo Inteligente	0.567	sos5 -> Sostenibilidad	0.695	tec5 -> Tecnologia	0.539
Sevilla		sos6 -> Sostenibilidad	0.726	tec6 -> Tecnologia	0.288
gob1 -> Gobernanza	0.279	inn1 -> Innovacion	0.735	acc1 -> Accesibilidad	0.747
gob2 -> Gobernanza	0.555	inn2 -> Innovacion	0.611	acc2 -> Accesibilidad	0.569
gob3 -> Gobernanza	0.600	inn3 -> Innovacion	0.475	acc3 -> Accesibilidad	0.577
gob4 -> Gobernanza	0.514	inn4 -> Innovacion	0.397	acc4 -> Accesibilidad	0.625
gob5 -> Gobernanza	0.793	inn5 -> Innovacion	0.628	acc5 -> Accesibilidad	0.592
gob6 -> Gobernanza	0.375	inn6 -> Innovacion	0.524	acc6 -> Accesibilidad	0.624
Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).					

Para terminar la valoración, se realizó un *bootstrapping* de 2 colas en el cual se confirman los indicadores y cargas más significativos: los que muestran un *valor-p* inferior a 0.05. El resultado permite ver que, para *gobernanza*, la relación con organizaciones civiles no es significativa (0.841); para la *sostenibilidad* es el respeto al patrimonio cultural (0.212) y las practicas sostenibles (0.069); proseguimos a *innovación* y encontramos que carecen de significancia el apoyo a PyMEs (0.120), los emprendimientos basados en TIC (0.523) y la innovación de productos turísticos (0.186); en *tecnología* se contó con 4 indicadores de este tipo: Wi-Fi en espacios públicos (0.054), sensores inteligentes (0.631), digitalización de empresas (0.063) e inteligencia turística (0.821); para *accesibilidad* fueron atractivos turísticos accesibles (0.442) y los recorridos turísticos accesibles (0.107) (ver Tabla 40).

Tabla 40. Bootstrapping de dos colas con indicadores de Sevilla

Indicador	Valores p	Indicador	Valores p	Indicador	Valores p
ti1 <- Turismo Inteligente	0	sos1 -> Sostenibilidad	0.022	tec1 -> Tecnologia	0.054
ti2 <- Turismo Inteligente	0	sos2 -> Sostenibilidad	0.000	tec2 -> Tecnologia	0.000
ti3 <- Turismo Inteligente	0	sos3 -> Sostenibilidad	0.069	tec3 -> Tecnologia	0.631
ti4 <- Turismo Inteligente	0	sos4 -> Sostenibilidad	0.212	tec4 -> Tecnologia	0.002
ti5 <- Turismo Inteligente	0	sos5 -> Sostenibilidad	0.000	tec5 -> Tecnologia	0.063
Sevilla		sos6 -> Sostenibilidad	0.000	tec6 -> Tecnologia	0.821
gob1 -> Gobernanza	0.006	inn1 -> Innovacion	0.001	acc1 -> Accesibilidad	0.001
gob2 -> Gobernanza	0.001	inn2 -> Innovacion	0.002	acc2 -> Accesibilidad	0.029
gob3 -> Gobernanza	0.050	inn3 -> Innovacion	0.120	acc3 -> Accesibilidad	0.442
gob4 -> Gobernanza	0.002	inn4 -> Innovacion	0.523	acc4 -> Accesibilidad	0.003
gob5 -> Gobernanza	0.000	inn5 -> Innovacion	0.186	acc5 -> Accesibilidad	0.047
gob6 -> Gobernanza	0.841	inn6 -> Innovacion	0.002	acc6 -> Accesibilidad	0.107

Fuente: Elaboración propia en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).

Finalmente, se presenta una tabla que incluye los coeficientes *path* de cada compuesto junto con las correlaciones para obtener la varianza explicada. Esto implica que del 53% que presenta el *turismo inteligente* de Sevilla, la *gobernanza* explica un 14.3%, mientras que la *sostenibilidad* lo hace con 16.0%, la *innovación* con 7.2%, la *tecnología* reporta un 2.9% y la *accesibilidad* un 12.5% (ver Tabla 41).

Tabla 41. Varianza explicada para el caso de Sevilla

Constructos	Correlaciones	Varianza Explicada	En porcentaje
Turismo Inteligente <-> Accesibilidad	0.54	0.13	12.5%
Turismo Inteligente <-> Gobernanza	0.583	0.14	14.3%
Turismo Inteligente <-> Innovación	0.493	0.07	7.2%
Turismo Inteligente <-> Sostenibilidad	0.6	0.16	16.0%
Turismo Inteligente <-> Tecnología	0.423	0.03	2.9%
Turismo Inteligente Sevilla		0.53	52.9%

Fuente: Elaboración en Smart PLS con base en los resultados del trabajo de campo (2025).

Discusión

Se abre el presente apartado deshilando algunas nociones de lo que es el empleo en el sector turístico y en este caso, lo que ha mencionado Buhalis (2000) sobre la prosperidad para las personas que laboran en esta actividad, pues en los dos casos de estudio persistieron condiciones precarias, como la informalidad y la rotación de personal. Para el caso de Morelia, los encuestados en su mayoría fueron hombres entre 26 y 35 años de edad, la mayoría estudió el nivel licenciatura y la experiencia en el sector fue la mínima, lo que confirma la baja certeza laboral del medio turístico en la ciudad. Por su parte, en Sevilla la mayoría de las encuestadas fueron mujeres en el mismo rango de edad y con nivel licenciatura o equivalente, de igual manera con entre 1 y 5 años de experiencia laboral en el medio turístico. Esta situación se engarza a la medición realizada en términos de un empleo sostenible, con estabilidad laboral y una buena remuneración en el rubro del turismo, mencionado por García Moreno y Fernández Alcantud (2022), pero que tanto para Morelia como para Sevilla resultó ser ajeno y fuera de la realidad como ha referido también Gómez Nieves y Leguer Martínez (2011) en términos de una distribución justa del ingreso y una política social que vele por los trabajadores de las organizaciones turísticas.

En este sentido de la gobernanza, lo que menciona Fyall (2018) sobre las dificultades para gestionar los destinos turísticos se hace palpable, pues para Morelia, el transporte público se encuentra entregado a concesionarios que acatan parcialmente los reglamentos y especificaciones para brindar un servicio de calidad. Siguiendo a Sánchez (2012), el gobierno debería poder equilibrar a la sociedad, a pesar de las diferencias sociales y las externalidades, pero en este caso se sabe de distintos colectivos que normalmente son adversos cuando se proyecta algún cambio para el centro histórico, como son remodelaciones o adecuaciones en términos de infraestructura o movilidad; este tipo de resistencia histórica también es tratado por Moreno (2012), quien hace hincapié en que la sociedad debe estar organizada, pero el gobierno debe ser transparente.

Continuando con la gobernanza, la complejidad en la gestión de destinos como desafío fue constatado por parte de los encuestados de Morelia, pues difícilmente los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector empresarial, lo que ha generado una problemática territorial de tipo histórico y es donde entra la necesidad de una gobernanza de tipo territorial, siguiendo a Fernández-Tabales y Navarro-Jurado (2022), para pensar en un modelo turístico-territorial que pueda otorgar mejoras en el destino bajo el consenso de las partes interesadas.

Con lo anterior se cumple lo dicho por Bertonecello (2002) sobre la importancia de impulsar el turismo comprendiendo la dinámica social, pues parece estar faltando una conciencia patrimonial en Morelia; hacer entender tanto al empresario como al ciudadano sobre los simbolismos patrimoniales que menciona Bustos (2004), o de lo contrario el centro histórico podría estar poco valorado, pues ya se observa una destrucción considerable en la zona de monumentos de Morelia como bien afirma Hiriart (2022), siendo el principal activo turístico de la ciudad.

En lo que respecta a Sevilla, los 228 encuestados se encontraron con un par de reactivos que contrastaron en su calificación en cuanto a gobernanza, como son la priorización del turismo, con una puntuación alta, en contraste con el reactivo que plantea si la gestión del turismo se ha logrado sin afectar a la población, mismo que tuvo la puntuación más baja. Precisamente, Canale y De Siano (2021) referían que el turismo aumenta el desarrollo económico, pero se pueden suscitar afectaciones por el turismo excesivo, para lo cual García Moreno y Fernández Alcantud (2022) han hablado de la monitorización de la actividad turística y la capacidad de carga como elementos para salvaguardar la sostenibilidad turística.

En el caso sevillano salió adelante la colaboración entre el sector público y privado, un aspecto que Montesión (2022) menciona como fundamental para formular planes de turismo, pero es algo que va bien en la capital andaluza según lo recabado en el trabajo de campo. En todo caso, la buena gobernanza según Mayntz (2000) trata de un modelo de gobierno cooperativo y horizontal que abona a un desarrollo turístico interesante en el casco antiguo por la relación entre la administración pública y los actores privados del turismo, tal como afirman Merinero y Pulido

(2009). A lo anterior se puede sumar la importancia del vínculo entre la inteligencia territorial y el turismo para abonar a la gobernanza y a la sostenibilidad, argumentado por Parrilla-González y Pulido-Fernández (2017) y que ha fortalecido Sevilla con un esfuerzo realizado bastante tiempo atrás.

Pasando a la sostenibilidad, en su dimensión medioambiental Morelia resultó muy por debajo de la escala de medición, con el transporte público sostenible como lo más prioritario para atender, pues el desarrollo turístico debe integrar las facilidades para el turista en cuanto a infraestructura y servicios de transportación acorde a Maldonado Alcudia *et al.*, (2011), quienes remarcan el ordenamiento territorial y una planificación en pro de la sostenibilidad, pues el turismo puede llegar a ser un detonador de desarrollo, impedido si persiste un carácter fragmentario de las políticas con la gestión del turismo, mencionado por Antón Clavé (2000), cuando refiere una baja coordinación patrimonial y urbanística, y peor cuando la capacidad financiera es insuficiente.

Para el caso de Sevilla, la dimensión económica de la sostenibilidad ha sido castigada por lo señalado al inicio en cuestión del empleo sostenible. De igual manera se encuentra pendiente, según el trabajo de campo, el que los ingresos provenientes de la actividad turística se reflejen en el casco antiguo de Sevilla, pues ha faltado el vínculo con la teoría del desarrollo local, explicado por Varisco (2008), pudiendo promoverse la economía social y la economía solidaria. Se puede citar a Hassan (2000) por la competitividad en el sector turístico ligada al turismo sostenible para hacer efectiva la contribución a la economía del destino.

En lo que respecta a innovación, el modelo de ecuaciones estructurales otorgó alta significancia a la manera en que se ha comercializado el destino igual que el uso adecuado de las redes sociales para las dos ciudades, lo que Femenia-Serra y Neuhofer (2018) mencionan a través de una mayor personalización ofreciendo experiencias turísticas inteligentes con el apoyo de las TIC. López de Ávila y García (2015) refieren que si España busca mantener su posición como destino turístico mundial debe continuar impulsando la innovación y para el caso de Morelia, de aspirar a convertirse en DTI, Ivars Baidal *et al.* (2016) vislumbran posibilidades

siempre y cuando se tenga vocación y priorización turística, además de los recursos económicos.

En Sevilla se tiene un apoyo importante al emprendimiento desde el municipio hasta la región del Mediterráneo y convenios a nivel de la UE. Esto es, al menos, uno de los argumentos recabados durante el trabajo de campo con directores de algunas dependencias de gobierno y que tiene su conexión con el proyecto *Smart Heritage City* del cual Calle Lamelas *et al.* (2017) hicieron un análisis positivo. Aunado a lo anterior, se hace pertinente subrayar lo que sostiene Nooteboom y Stam (2008) sobre los requerimientos de la innovación: ciencia, tecnología, espíritu emprendedor, recursos financieros, un buen sistema educativo e instituciones sólidas.

Según lo recabado en el instrumento de investigación, la variable mejor calificada para Morelia fue la tecnología, por la buena conectividad a Internet dentro del centro histórico. Sin embargo, fue notorio que el Internet de las Cosas y el Big Data eran completamente ajenos para los encuestados, a excepción de los encargados de algunas dependencias municipales, lo que coincide con el orden de prelación que arrojó el modelo de ecuaciones estructurales en el que la inteligencia turística debe atenderse en primer lugar. Esto dejaría estancado al destino mexicano si se toman en cuenta publicaciones como la de Fuchs *et al.* (2014), que refiere el uso de *Business Intelligence* o la correspondiente a Ferràs y colaboradores (2020), en el que la Inteligencia Artificial es fundamental para el turismo inteligente.

Para el caso de Sevilla, la disponibilidad de Wi-Fi no presenta muy buena percepción, pero no es necesaria en un país como España donde las compañías telefónicas proporcionan datos suficientes para navegar en Internet, además de no atender contra la ciberseguridad que puede presentarse en redes abiertas. Sin embargo, Ivars Baidal *et al.* (2017) hacen hincapié en la importancia de un ancho de banda suficiente para la conectividad al paradigma del Internet de las Cosas, lo que se complementa con la importancia que Arévalo y colaboradores (2022) dieron a la conexión a Internet, por el tráfico de datos que puede ser alto con el Big Data.

El indicador Wi-Fi en espacios cerrados se indica como prioritario para atender en términos de tecnología para Sevilla, pero cuatro indicadores de esta variable resultaron carentes de significancia, pues la tecnología no estaría incidiendo a nivel territorial en términos de turismo inteligente para el centro histórico de Morelia ni para el casco antiguo, siendo la variable que explica el turismo inteligente en menor medida, lo que puede estar en línea con lo que afirma Boes *et al.* (2015) sobre la importancia del capital humano en un destino inteligente más allá de las TIC, en donde el emprendimiento y la innovación en otros rubros son fundamentales.

La accesibilidad es la variable con la menor media para Morelia, lo que representa un nicho de mercado con poco interés para las organizaciones turísticas que puede resultar beneficiosa para ambas partes, argumentando perspectivas económicas y sociales como ya lo dieron a conocer Jurado Almonte y Fernández Tristancho (2013) aunado a la mejora de la imagen social del destino que acentúa Fernández Alles (2009). La infraestructura física, la accesibilidad en los sitios turísticos y los recursos informativos para PCD son la prioridad a atender y se resume en la eliminación de las barreras, un aspecto que Jurado Almonte (2012) define como accesibilidad integral y se convierte en un elemento diferencial para clientes potenciales, pues hasta el momento se contraponen a la diversificación de la oferta turística que expusieron Garzón y Florido (2021), misma que requiere de diversas iniciativas de tipo territorial desde la planificación turística.

En el caso de Sevilla, los encuestados exigen mayor infraestructura física, en especial la señalética y movilidad como indicador de mayor prioridad para atender, aunado a la capacitación para atender PCD según el modelo de ecuaciones estructurales, lo que va en sintonía con la accesibilidad multimodal, los replanteamientos continuos en infraestructura y la calidad del capital humano citando a Caragliu *et al.* (2009). Adicional a lo anterior, el foco en los recursos informativos para PCD y confirmado por Ivars Baidal y colaboradores (2017) cuando mencionan guías físicas accesibles, pero también material promocional *online* y audioguías a manera de aplicaciones para celulares inteligentes.

Conclusiones

Conforme a la información recopilada durante el trabajo de campo en el centro histórico de Morelia, Michoacán y la estancia de investigación en Sevilla, España que permitió la aplicación del instrumento de investigación para la muestra resultante dentro del casco antiguo, se pasó a un análisis de resultados mediante procesos estadísticos, posteriormente a la discusión y se establecen las siguientes conclusiones.

La hipótesis de trabajo refiere que los factores del turismo inteligente que inciden a nivel territorial en los casos de estudio son la gobernanza, la sostenibilidad, la innovación, la tecnología y la accesibilidad. Para el caso de Morelia, la hipótesis es aceptada de manera parcial, pues la varianza explicada de la tecnología ha resultado negativa, lo cual indica que esta variable no incide a nivel territorial como factor del turismo inteligente. Para Sevilla la misma variable ha resultado con menor porcentaje de varianza explicada sin ser negativo, lo que indica que la hipótesis de trabajo se cumple de manera total. Se puede concluir que en este tipo de destinos urbanos patrimoniales la tecnología podría no ser palpable o visible, pero se encuentra en un segundo plano, con monitoreo de ciertas zonas del área patrimonial y con sensores de diversos rubros, o simplemente no se ha encontrado la fórmula para agregar recursos tecnológicos a los productos turísticos, centros culturales y museos sin invadir el patrimonio edificado.

La gobernanza impacta a nivel territorial sobre Morelia, es una hipótesis aceptada por lo preponderante que resultó la gobernabilidad, impactando en la calidad de vida percibida en el centro histórico. Esto se confirma con la oposición que muestran las diferentes organizaciones civiles, sindicatos u otros grupos con respecto a iniciativas y proyectos municipales, utilizando como plataforma algunos festivales para alzar la voz, lo que ha terminado comúnmente en daños al patrimonio y afectaciones a los ciudadanos, algo se puede ver de manera frecuente y en determinados días del año, conmemorando fechas y sucesos.

La colaboración público – privada también es algo de lo que adolece Morelia en términos de gobernanza, así como la formación de capital humano, pues la atención al turista nacional e internacional requiere competencias diversas como la atención correcta a personas con movilidad reducida o a quienes llevan consigo la asistencia de un perro guía, así como el aprendizaje de idiomas, que trasciende a temas de educación, pero que son necesarios para cualquier servidor turístico.

Para el caso de Sevilla, la gobernanza impacta también a nivel territorial, pues la gestión del turismo tiene priorizada la actividad turística, pero el flujo de turistas está afectando al ciudadano en su vida diaria, más aún en el territorio específico donde se realizaron las encuestas, como es el casco antiguo. Se comienza a hablar de una masificación del turismo y de la gentrificación de algunos barrios, lo que atenta contra la identidad y la historia de la ciudad. Según la percepción ciudadana, la gobernabilidad resultó con cierta debilidad para el caso sevillano, pues los encuestados no perciben mucha atención en cuestión de los servicios básicos o la adquisición de bienes raíces, incluso las rentas en una zona céntrica se hacen imposibles según las opiniones recabadas durante el trabajo de campo.

Otra hipótesis específica versa sobre si la sostenibilidad influye a nivel territorial, y ha sido aceptada, pues para el centro histórico de Morelia es un asunto muy importante con las bajas percepciones en lo respectivo al medioambiente. Los botes de basura son insuficientes y el transporte público no da abasto para atender la demanda al tiempo que se encuentra poco regulado; a esto se suman vehículos de grandes dimensiones que han dañado aceras y monumentos históricos. El empleo en el sector turístico resulta ser poco sostenible en términos económicos, se observa mucha rotación de personal y una marcada estacionalidad.

En Sevilla, la sostenibilidad ha influido a nivel territorial, especialmente en su dimensión sociocultural, pues el habitante se enorgullece de su identidad e historia, se involucra en ferias y festivales sabiendo que son un destino relevante a nivel internacional. Sin embargo, a nivel económico no resultó positivo el panorama, pues el empleo sostenible sigue siendo una tarea pendiente, y en realidad, esta variable es la que más explica al turismo inteligente en este DTI.

La innovación repercute a nivel territorial para las dos ciudades estudiadas, pues en el caso de Morelia presenta limitaciones en cuanto al ecosistema emprendedor – innovador al no contar con productos turísticos que constantemente se reinventen o cuenten con innovaciones, tampoco se tiene una oficina inteligente para atención a los turistas y visitantes, sino que se mantienen pequeños módulos de información en algunas plazas del centro histórico con deficiencias en cuanto a información. De igual forma se concluye que las redes sociales y la comercialización innovadora del destino son significativas para las dos ciudades.

Los sevillanos han referido una falta de apoyo a los emprendedores y la baja percepción en este rubro genera un sentimiento de zozobra para el sevillano de casi cualquier rango de edad, por lo cual Sevilla tampoco tiene un ecosistema emprendedor – innovador óptimo. Sin embargo, se mantiene la innovación de productos turísticos y la abundancia de oficinas inteligentes para atender al turismo, esto motivado especialmente por el sector privado y algo muy normalizado por parte de los encuestados.

La hipótesis que refiere a la aportación de la tecnología a nivel territorial terminó siendo irrelevante para el caso moreliano y muy poco relevante para Sevilla. En todo caso, es posible que la tecnología no se encuentre visible en una ciudad patrimonial como Morelia y se visualice como negativa al atentar contra una ciudad histórica. Por otro lado, en el casco antiguo de Sevilla, la tecnología aporta al turismo inteligente y a nivel territorial a través de la digitalización de las empresas y la inteligencia turística, pero también en lo respectivo a las cámaras utilizadas para cuestiones de seguridad y tránsito.

La última hipótesis es de la contribución de la accesibilidad a nivel territorial y queda aceptada para el centro histórico de Morelia, pues se concluye una mínima infraestructura física, la cual se ve en las rampas de calles principales, mismas que tienen letreros para personas con discapacidad visual, pero las facilidades para personas con discapacidad motriz hacen mucha falta en los sitios de interés cultural, igual que en el transporte público, hoteles y restaurantes que también se encuentran implicados en la actividad turística. Los servidores turísticos carecen de

capacitación adecuada para atender personas con cualquier tipo de discapacidad y faltan recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas.

La accesibilidad en Sevilla ha contribuido a nivel territorial y ha sido fundamental para alcanzar el reconocimiento como DTI, pues se ha trabajado en planes y legislaciones, que han culminado con importantes prestaciones para PCD a pesar del trazado urbano, que es antiguo y muy complejo. En el casco antiguo se tienen espacios públicos accesibles, museos, hoteles y restaurantes, igual que el transporte público. Se concluye para esta variable una limitación en cuestiones de conocimientos específicos para atender a las PCD, la poca variedad de recursos informativos para este segmento de turistas, pero también un bajo posicionamiento de recorridos turísticos, ya sea incluyentes o especialmente para PCD.

Recomendaciones

Se abre la parte final de la presente tesis después de discernir con los apartados de discusión y conclusiones, mismos que fueron resultado del ejercicio de investigación llevado a cabo de manera metódica y mediante la investigación de campo en el centro histórico de Morelia y en el casco antiguo de Sevilla, puesto que el estudio se planteó a nivel territorial, lo que puede incrementar la certeza de las siguientes recomendaciones.

En el caso de Morelia, se recomienda una mejor comunicación social desde el gobierno municipal para abonar a la gobernabilidad, un plan a mediano plazo (a pesar del ciclo político) para realizar la recolección de residuos sólidos sin intermediarios en el centro histórico y después en la ciudad entera. Misma situación con el transporte público, en donde ya se tienen algunos avances, pero desde el gobierno de Michoacán, por lo que una colaboración más cercana de los dos gobiernos puede resultar positiva en aras de restar poder a los grupos que sólo se han beneficiado económicamente, pero son obstáculo para el desarrollo de la

ciudad. Ligado a lo anterior, se debe incrementar la sinergia entre las organizaciones turísticas públicas y privadas, pues la elaboración de los planes estratégicos en materia de turismo debe incluir los puntos de vista de las partes interesadas, un punto esencial de lo que es la buena gobernanza.

Sevilla requiere un plan para dispersar los flujos turísticos en los días y semanas que se satura el casco antiguo. Más aún, fijar temporadas para recibir cruceros en el río Guadalquivir, pues la masificación del turismo es evidente y los habitantes han levantado la voz en demanda al mejoramiento de los servicios básicos y la excesiva proliferación de apartamentos turísticos. Se debe cuidar la identidad de los barrios antiguos y reconocer de manera más extensiva a los comercios que han dado forma al ocio sevillano, pues las quejas de los ciudadanos van en aumento contra la inminente gentrificación de algunas zonas del área patrimonial.

Se hace necesario un plan de movilidad en el centro histórico de Morelia que no atente contra el patrimonio y que brinde el servicio necesario a la ciudadanía, con unidades de transporte público que cubran la demanda del ciudadano, operadas por personal calificado y que sean sostenibles con el medioambiente. Si sucede lo anterior, los turistas podrían comenzar a valerse del servicio y la significancia de un buen transporte público también es un indicador muy básico para evaluar si la economía generada por el turismo se ve reflejada en el nivel de desarrollo que presenta el área patrimonial y la ciudad en general. De igual manera, en la línea de la sostenibilidad sociocultural se debe mejorar la imagen urbana en ciertas zonas del centro histórico donde predominan grafitis, un excesivo cableado y casas antiguas ya destruidas o abandonadas y edificios con peligro de colapso.

Para Sevilla, por su preponderancia como destino turístico y su carácter de DTI, es imperante que el empleo sea sostenible en el sector turístico. Mayor formalidad en el medio y mejores prestaciones, además de una mejor dispersión de los ingresos captados por el turismo, pues de lo contrario no se refleja la bonanza económica en los trabajadores de las organizaciones turísticas, lo que puede resultar en personal poco calificado o con bajo compromiso en algo tan esencial como la satisfacción del cliente. Igualmente se podría proyectar un estudio sobre la gestión de residuos

sólidos en el casco antiguo, pues durante el ejercicio de investigación persistieron opiniones encontradas respecto al tema.

En Morelia, se debe consolidar o conformar, en su caso, un ecosistema emprendedor – innovador, pues el apoyo a PyME desde las incubadoras de empresas con que cuentan las universidades es el punto de partida para la generación de patentes y proyectos basados en TIC, sin omitir la cooperación de los gobiernos municipal y estatal, pues el panorama es complicado para una ciudad en la que la industria no se encuentra desarrollada en un nivel aceptable.

En la capital michoacana se necesita innovar en las experiencias y productos turísticos que se ofertan en el centro histórico; la iniciativa privada puede generar diversas oportunidades en un sitio que tiene la categoría de Patrimonio de la Humanidad, al tiempo que las dependencias encargadas del *marketing* turístico sigan comercializando el destino de forma innovadora, utilizando las herramientas que proporcionan las redes sociales y las nuevas tendencias, que pueden ser determinantes a la hora de elegir un destino.

La ciudad de Sevilla adolece también de un bajo nivel en el sector industrial, por mucho los servicios sostienen la economía local, pero el ecosistema emprendedor – innovador se debe consolidar desde las dependencias municipales y la Cámara de Comercio, que cuenta con gran presencia, por lo que se recomienda una mayor cercanía con los jóvenes universitarios y ciudadanos en general, pues a pesar de que se tienen apoyo al emprendimiento, incluso desde la UE, los encuestados no saben mucho sobre el tema.

De igual manera, para Sevilla la comercialización innovadora del destino es fundamental, más en el mercado español y europeo donde el nivel de competidores es alto, pero con la conformación de rutas turísticas existe una ventaja, pues la ubicación geográfica de Sevilla es notable; son varios los circuitos por Andalucía para ofrecer, la cuestión es posicionarse con respecto de otras regiones.

En temas de tecnología, Morelia necesita poner en marcha dispositivos como son pantallas, cámaras, audioguías, sensores y otros más en aras de una mejor

presentación y preservación del patrimonio cultural tangible e intangible. Las organizaciones turísticas pueden innovar con recursos tecnológicos, pero para redondear este esfuerzo se necesita de una oficina inteligente para atender a turistas y visitantes, dotada con elementos novedosos y con personal calificado en relación al centro histórico y actividades de ocio, además del dominio del idioma inglés como mínimo.

La tecnología para la ciudad de Sevilla debe ser una realidad al ostentarse como *Smart City*, pero el hecho de ser un destino cultural histórico puede causar un choque a primera vista. Se cuentan con elementos tecnológicos en diversos sitios de interés para mejorar la experiencia del visitante, el monitoreo que se realiza en la zona patrimonial y la abundancia de códigos QR, bastante útiles durante la estadía en el casco antiguo. Sin embargo, se debe incrementar la tecnología mediante sensores, por ejemplo, que midan la humedad en los parques y jardines o que arrojen resultados en términos de calidad del aire, igualmente lo que compete a la inteligencia turística, el manejo del *Big Data* y el Internet de las Cosas son fundamentales para gestionar de manera óptima el destino y su difusión alienta a la digitalización de las empresas implicadas en la actividad turística.

Se remarca la urgencia de trabajar la accesibilidad en Morelia, pues existe gran diferencia con Sevilla (con un trazado histórico más antiguo e irregular) donde se han escuchado asociaciones como la ONCE desde hace muchos años y se ha legislado a favor de la eliminación de barreras para las PCD. En esta tesitura, Morelia requiere un plan integral a mediano plazo donde se incluyan políticas públicas y se normalice la movilidad en el centro histórico a partir de la infraestructura física como son rampas, semáforos parlantes y señalética en código braille, pero también el acceso y prestaciones en hoteles y restaurantes, o la experiencia turística en templos, museos y edificios históricos.

De nuevo se hace referencia al transporte público, pues debe ser accesible a usuarios con silla de ruedas, sea población local o visitantes y turistas, algo necesario para una ciudad en la que el centro histórico es el punto neurálgico. Sería muy positivo el inicio de la trazabilidad hacia Morelia como destino turístico

accesible, un campo interesante para futuras investigaciones, pues no abundan muchos estudios sobre este tema desde una perspectiva local o a nivel municipal.

Sevilla puede mejorar la señalética y la movilidad dentro del casco antiguo, pero es también de gran relevancia la capacitación puntual, para que el personal de hostelería atienda de la mejor forma a las PCD, pues tanto el segmento de turistas como de residentes consumidores de productos y servicios en el área patrimonial es lo bastante relevante en un destino turístico de clase mundial como es la capital andaluza. De la misma manera, es importante incrementar la variedad de recursos informativos físicos o digitales para todo tipo de personas en los sitios de interés y la promoción de recorridos turísticos accesibles

Finalmente, un estudio comparativo entre Morelia y Sevilla es una futura línea de investigación, más aún cuando la ciudad mexicana aspire a ser un destino turístico con accesibilidad universal o un DTI, pues la ciudad española puede ser un ejemplo a seguir. En todo caso, Morelia no necesitaría pasar por el diagnóstico y demás etapas que SEGITTUR exige para pertenecer a la red DTI, pero se hace hincapié en un plan de mejora a nivel territorial ambicioso en el que se trabaje tanto el transporte público como la accesibilidad a PCD y con ello, las dimensiones de la sostenibilidad. Para lo anterior se requiere de voluntad política y de la buena gobernanza, comenzar a innovar en todas las líneas y consolidar la planta turística agregando después las soluciones tecnológicas al fenómeno turístico. En otras palabras, tomar en cuenta los pilares que sostienen al turismo inteligente de manera gradual, pero también de manera integral si se busca impactar positivamente a los turistas y a la población local del centro histórico de Morelia.

Bibliografía

- Amaya Molinar, C., Magaña Carrillo, I., Ochoa Llamas, I., & Guerra Montes, Y. (2019). Percepción del turismo como fuente de bienestar en comunidades rurales de Colima. *Dimensiones Turísticas*, 3(4), 63-86. doi:10.47557/TKQS1346
- ANCMPPM. (29 de noviembre de 2021). *Ciudades mexicanas patrimonio Mundial*. Obtenido de <https://www.ciudadespatrimonio.mx/>
- Andaltura. (28 de marzo de 2023). *Comarcas de Sevilla*. Obtenido de Area Metropolitana de Sevilla: <https://andaltura.com/andalucia/provincias-capitales-comarcas-y-municipios/provincias/provincia-de-sevilla/comarcas-de-sevilla/comarca-area-metropolitana-de-sevilla/>
- Andalucía. (13 de septiembre de 2024). *Visitas*. Obtenido de <https://www.andalucia.org/es/visitas>
- Andalucía Maps. (15 de junio de 2023). *Casco Antiguo*. Obtenido de Sevilla: <https://maps.andalucia.org/maps/search>
- Antón Clavé, S. (2000). Turismo, Territorio y Cultura. *IV Coloquio de Geografía Urbana y VI Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación* (págs. 29-49). Las Palmas de Gran Canaria: Asociación de Geógrafos Españoles.
- Arévalo, G., Rodríguez, I., & Valenzuela, M. (2022). Estado del arte de la inteligencia en el turismo. En M. d. Mora Cantellano, S. Serrano Oswald, & V. Mota Flores, *Reconfigurando territorios a partir de la cultura, el empoderamiento de las mujeres y nuevos turismos* (págs. 361-382). México: UNAM-AMECIDER.
- Ayuntamiento de Morelia. (11 de diciembre de 2022). *Escudo de Armas*. Obtenido de <https://www.morelia.gob.mx/morelia/historia/escudo-de-armas/>

- Ayuntamiento de Morelia. (18 de junio de 2024). *Directorio municipal*. Obtenido de <https://www.morelia.gob.mx/directorio-municipal/>
- Ayuntamiento de Sevilla. (6 de marzo de 2023). *Usos y destinos del suelo*. Obtenido de Información Gráfica sobre Usos del Suelo del Territorio Municipal: <https://www.sevilla.org/transparencia/informacion-urbanistica/usos-y-destinos-del-suelo>
- Ayuntamiento de Sevilla. (6 de marzo de 2023b). *Anuario 2019*. Obtenido de <https://www.sevilla.org/servicios/servicio-de-estadistica/datos-estadisticos/anuarios/anuario-estadistico-de-la-ciudad-de-sevilla-2019/publicacion/anuario-estadistico-2019-web.pdf>
- Ayuntamiento de Sevilla. (12 de septiembre de 2024). *Áreas Municipales*. Obtenido de Ayuntamiento: <https://www.sevilla.org/ayuntamiento/areas-municipales>
- Banco Mundial. (12 de diciembre de 2022). *Turismo internacional*. Obtenido de Arribos y partidas: <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.DPRT>
- Banco Mundial. (11 de diciembre de 2022b). *Turismo Internacional, arribos y partidas*. Obtenido de México: <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.DPRT?locations=ES-MX>
- Banco Mundial. (11 de diciembre de 2022c). *Turismo internacional arribos y partidas*. Obtenido de España: <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.DPRT?locations=ES>
- Beaire. (12 de diciembre de 2022). *Historia de Sevilla*. Obtenido de <https://beaire.com/es/aire-magazine/historia-de-sevilla>
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 29-49.
- BID. (23 de julio de 2022). *Publicaciones*. Obtenido de Turismo y Desarrollo en México: <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15022/turismo-y-desarrollo-en-mexico>

- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination dimensions. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (págs. 391-403). Poole, UK: Bournemouth University. doi:10.1007/978-3-319-14343-9_29
- Brida, J. G., & Risso, W. A. (2009). Tourism as a factor of long-run economic growth: An empirical analysis for Chile. *European Journal of Tourism Research*, 2(2), 178-185. Obtenido de <http://journals.wesro.org/wjejtr.html>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. En I. Tussyadiah, & A. Inversini, *Information and Communication Technologies in* (págs. 377-389). Poole: Springer International Publishing Switzerland. doi:10.1007/978-3-319-14343-9_28
- Buhalis, D., & Jun, S. (2011). e-Tourism. En C. Cooper, *Contemporary Tourism Reviews* (págs. 1-38). Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 609-623. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Bustos, R. (2004). Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Aportes y transferencias*, 2, 11-24.
- Calle Lamelas, J., García Hernández, M., & García Muiña, F. (2017). Las ciudades Patrimonio de la Humanidad ante el paradigma Smart. *Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo* (págs. 7-37). Alicante: Universidad de Alicante. doi:10.14198/Destinos-Turisticos-Inteligentes.2017.01
- Cámara de Comercio de España. (11 de diciembre de 2022). *Impacto del turismo en la economía española*. Obtenido de <https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/impacto-del-turismo-cce-abril-2021.pdf>

- Canale, R., & De Siano, R. (2021). Territorial pressure and tourism contribution to GDP: The case of Italian regions. *Int J Tourism Res*(23), 891–900. doi:10.1002/jtr.2451
- Caragliu, A., Nijkamp, P., & Del Bo, C. (2009). Smart Cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, 45-59. doi:10.1080/10630732.2011.601117
- Caravaca, I., Colorado, D., Fernández, V., Paneque, P., & Puente, R. (octubre de 1996). Patrimonio cultural y desarrollo Regional. *Eure*, XXII(66), 89-99.
- Carvalho, K., & Moquete Guzmán, S. (2011). El turismo en la dinámica territorial. ¿Lógica global, desarrollo local? *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(2), 441-461.
- Casas-Toris, U. J., Carrillo-Arteaga, A. N., & Rodríguez-Aguilar, R. M. (2020). Revisión crítica de sustentabilidad o sostenibilidad, en literatura sobre ciudades inteligentes. *CoPaLa. Construyendo Paz Latinoamericana*(9), 67-90. doi:10.35600.25008870.2020.9.00163
- Castro Álvarez, U., González Rodríguez, J. Á., & Maldonado Duarte, L. M. (2017). Destinos turísticos inteligentes: ¿Estrategia para el desarrollo local en países pobres? *TURyDES Revista Turismo y Desarrollo Local*, 10(22), 1-21. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/destinos-turisticos-inteligentes.html>
- Chakravarti, I., Laha, R., & Roy, J. (1967). Kolmogorov-Smirnov (K-S) test. En J. Wiley, *Handbook of Methods of Applied Statistics* (págs. 392-394). Hoboken: John Wiley and Sons.
- Cohen, C., & Benseny, G. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: recursos territoriales y atractivos turísticos. *Geografías en diálogo. Aportes para la reflexión*, 35-41.
- CONACULTA. (10 de diciembre de 2022). *Morelia Ciudad Mexicana Patrimonio Mundial*. Obtenido de

https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/recorridos.html

Datur. (25 de abril de 2022). *Ranking Mundial del Turismo Internacional*. Obtenido de Principales resultados: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>

Datur. (25 de abril de 2022b). *EL PIB TURÍSTICO ESTATAL Y MUNICIPAL 2018-2019 EN MÉXICO*. Obtenido de Edición 2018-2019: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/PibTuristicoEstatalMunicipal.aspx>

Diputación de Sevilla. (20 de enero de 2023). *Población de la Provincia de Sevilla*. Obtenido de <https://www.prodetur.es/prodetur/www/retodemografico/poblacion-provincia/index.html>

Diputación de Sevilla. (25 de febrero de 2023b). *Atlas Hidrogeológico de la provincia de Sevilla*. Obtenido de <https://www.dipusevilla.es/export/sites/diputacion-sevilla-corporativo/galleries/DOCUMENTOS-descarga/DOCUMENTOS-Medioambiente/AtlasHidrogeografico.pdf>

Diputación de Sevilla. (7 de marzo de 2023c). *Análisis de Población de la Provincia de Sevilla 2010-2020*. Obtenido de Análisis provincial: <https://www.prodetur.es/prodetur/AlfrescoFileTransferServlet?action=download&ref=8defe1e5-d3b4-4ec8-9c9a-3cb7108dd1b5>

Escobedo Portillo, M. T., Hernández Gómez, J. A., Estebané Ortega, V., & Martínez Moreno, G. (2016). Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Ciencia & Trabajo*, 18(55), 16-22.

Europa Press. (16 de junio de 2023). *Sevilla es una de las siete ciudades nominadas para Capital Europea del Turismo Inteligente en 2023*. Obtenido de Europa Press Andalucía: <https://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-sevilla-siete-ciudades-nominadas-capital-europea-turismo-inteligente-2023-20220930173551.html>

- Exceltur. (12 de diciembre de 2022). *PIB turístico español*. Obtenido de <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>
- Exceltur. (25 de mayo de 2023a). *Monitor de competitividad turística de los destinos urbanos españoles*. Obtenido de Urbantur 2022: https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2023/03/EXCELTUR-Urbantur22_informe-completo.pdf
- Exceltur. (25 de mayo de 2023b). *Ranking de competitividad turística por ciudades*. Obtenido de URBANTUR: <https://www.exceltur.org/ranking-de-competitividad-turistica-por-ciudades-urbantur/>
- Farinós, J. (2008). Gobernanza territorial para el desarrollo sostenible: estado de la cuestión y agenda. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(46), 11-32.
- Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2018). Smart tourism: Implicaciones para la gestión de ciudades y destinos turísticos. En M. T. Cantó López, J. A. Ivars Baidal, & R. Martínez Gutiérrez, *Gestión inteligente y sostenible de las ciudades: Gobernanza, smart cities y turismo* (págs. 129–151). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Femenia-Serra, F., & Neuhofer, B. (2018). Smart tourism experiences: conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*(42), 129-150.
- Fernández Alcantud, A., López Morales, J. M., Moreno Izquierdo, L., Perles Ribes, J. F., Ramón Rodríguez, A., & Such Devesa, M. (2017). Innovación y destinos inteligentes: una oportunidad para el know how turístico español. *ICE Estrategia e internacionalización de la empresa turística*(894), 137-150.
- Fernández Alles, M. (2009). Turismo accesible: importancia de la accesibilidad en el sector turístico. *Entelequia. Revista Interdisciplinar*(9), 211-224.
- Fernández-Tabales, A., & Navarro-Jurado, E. (2022). Nuevos enfoques en la geografía del turismo: gobernanza e inteligencia territorial como últimas fases

- en la evolución de la gestión turística del litoral. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 68(3), 519-531. doi:10.5565/rev/dag.747
- Ferràs, X., Hitchen, E. L., Tarrats-Pons, E., & Arimany-Serrat, N. (2020). Smart tourism empowered by artificial intelligence: the case of Lanzarote. *Journal of Cases on Information Technology*, 22, 1-13. doi:10.4018/JCIT.2020010101
- Fletcher, J. (2018). The Economic Impact of Tourism. En J. Fletcher, A. Fyall, D. Gilbert, & S. Wanhill, *Tourism: principles and practice* (6ta ed., págs. 145-173). Harlow: Pearson.
- Fuchs, M., Höpken, W., & Lexhagen, M. (2014). Big data analytics for knowledge generation in tourism destinations: A case from Sweden. *Journal of Destination Marketing & Management*, 198-209. doi:10.1016/j.jdmm.2014.08.002
- Fyall, A. (2018). The tourism destination. En J. Fletcher, A. Fyall, D. Gilbert, & S. Wanhill, *Tourism: principles and practice* (6ta ed., págs. 116-144). Harlow: Pearson.
- García Moreno, B., & Fernández Alcantud, A. (2022). El modelo destinos turísticos inteligentes (DTI): la apuesta por la sostenibilidad turística. *Economía industrial*(426), 93-106.
- García, M. (2007). Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. *Cuadernos de Turismo*(20), 79-102.
- Garzón García, R., & Florido Trujillo, G. (2021). La diversificación territorial y experiencial de la oferta turística. Conectividad uncional y traspaises turísticos del destino Córdoba. En M. Rivera Mateos, *El Turismo en Córdoba: escenarios, tendencias y perspectivas* (págs. 171-186). Córdoba: Ediciones de la Universidad de Córdoba.

- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. (2000). Structural Equation Modeling Techniques and Regression: Guidelines. *Communications of Association for Information Systems*, 1-77.
- Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente. (12 de septiembre de 2024). Veladores. Obtenido de https://map4.urbanismosevilla.org/IDE.Sevilla/Sig_Sevilla/Veladores_3d.aspx
- Giffinger, R., & Haindlmaier, G. (2010). Smart cities ranking: an effective instrument for the positioning of cities? *Architecture, City and Environment*, IV(12), 7-25. doi:10.5821/ace.v4i12.2483
- Giffinger, R., Kalasek, R., Fertner, C., & Pichler Milanovic, N. (2007). *Smart cities: Ranking of european medium-sized cities*. Vienna, Austria: Centre of Regional Science (SRF), Vienna University of Technology.
- Gómez Nieves, S., & Leguer Martínez, A. (2011). La triste realidad del turismo alternativo. El caso del ecoturismo en la zona huichol. En J. Arroyo Alejandro, & I. Corvera Valenzuela, *Desarrollo insostenible: gobernanza, agua y turismo* (págs. 327-357). Guadalajara/Los Ángeles/México: Universidad de Guadalajara/PROFMEX/Juan Pablos Editor.
- Gómez Oliva, A., Server Gómez, M., Jara, A. J., & Parra-Meroño, M. C. (2017). Turismo inteligente y patrimonio cultural: un sector a explorar en el desarrollo de las smart cities. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, III(1), 389-411.
- González Reverté, F. (2019). Building Sustainable Smart Destinations: An Approach Based on the Development of Spanish Smart Tourism Plans. *Sustainability*, XI(6874), 1-24. doi:10.3390/su11236874
- Gretzel, U. (2018). From smart destinations to smart tourism regions. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*(42), 171-184. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/330858092_From_smart_destinations_to_smart_tourism_regions

Gretzel, U., & Koo, C. (2021). Smart Tourism Cities: A Duality of Place Where Technology Supports the Convergence of Touristic and Residential Experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 1-13. doi:10.1080/10941665.2021.1897636

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Journal of Destination Marketing and Management*, 179–188. doi:10.1007/s12525-015-0196-8

Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. (13 de diciembre de 2022). *Presentación del grupo*. Obtenido de <https://www.ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/index.php>

Grupo social ONCE. (12 de diciembre de 2022). *Mapa político de España: Comunidades, capitales y provincias*. Obtenido de <https://www.once.es/servicios-sociales/braille/documentos-tecnicos/mapa-politico-de-espana-comunidades-capitales-y-provincias>

Hair Jr., J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. doi:10.1108/EBR-10-2013-0128

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage: 3ra Ed.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. doi:10.1108/EBR-11-2018-0203

Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38, 239-245. doi:10.1177/004728750003800305

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*(43), 115-135. doi:10.1007/s11747-014-0403-8
- Hernández Lalinde, J. D., Espinosa Castro, F., Rodríguez, J. E., Chacón Rangel, J. G., Toloza Sierra, C. A., Arenas Torrado, M. K., . . . Bermúdez Pirela, V. J. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 586-601.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D. F.: McGraw-Hill / Interamericana editores.
- Hiernaux, D., & González, C. I. (2015). Patrimonio y turismo en centros históricos de ciudades medias. ¿Imaginarlos encontrados? *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 5(2), 111-125. Obtenido de http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/hiernaux_gonzalez
- Hiriart Pardo, C., & Alvarado Sizzo, I. (2013). Una reflexión sobre el modelo de turismo cultural en Morelia: escenarios y tendencias para consolidar un turismo cultural sustentable. *UNAM MEC-EDUPAZ*, 4-39.
- Hiriart, C. (2015). El centro histórico de Morelia (México): gestión y dinámicas funcionales del turismo cultural a 23 años de su nominación como patrimonio mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3, 5-27.
- Hiriart, C. (2022). Las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial como destinos turísticos. Gestión y crisis sanitaria: Morelia como reflexión. En R. Martínez Cardenas, L. Cabrales Barajas, M. d. Calle Vaquero, M. García Hernández, M. Mínguez García, & L. (. Troitiño Torralba, *Leyendo el territorio. Homenaje a Miguel Ángel Troitiño* (págs. 837-854). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Hosteltur. (11 de diciembre de 2022). *Contribución directa del turismo al PIB*.
Obtenido de https://www.hosteltur.com/127910_espana-lider-ranking-turistico-ocde.html
- IBM. (30 de septiembre de 2025). *IBM SPSS Statistics*. Obtenido de Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra: <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/cd?topic=tests-one-sample-kolmogorov-smirnov-test>
- Icomos. (1999). Carta internacional sobre turismo cultural. *La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo* (págs. 1-6). Ciudad de México: International Council on Monuments and Sites. Obtenido de La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo .
- Imágenes totales. (20 de enero de 2023). *Mapas y municipios Provincia de Sevilla*. Obtenido de https://imagenes_totales.com/mapas-municipios-provincia-sevilla/
- IMPLAN. (22 de octubre de 2022). *Morelia, Michoacán 2021*. Obtenido de Instituto Municipal de Planeación: https://implanmorelia.org/site/wp-content/uploads/2021/12/PRESENTACION%20PMD_29NOV21.pdf
- IMPLAN. (25 de noviembre de 2022b). *Geográficos y del Ambiente*. Obtenido de <https://implanmorelia.org/site/datos-tema/geograficos/>
- INE. (11 de diciembre de 2022a). *Aportación del turismo al PIB de la economía española*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/rev19/serie/I0/&file=03001.px>
- INE. (11 de diciembre de 2022b). *Viajeros y pernoctaciones por puntos turísticos*. Obtenido de Sevilla: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2078>
- INE. (25 de mayo de 2023). *Población según municipio y sexo*. Obtenido de Cifras de Población Censo 2021: <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?tpx=55200&L=0>

INEGI. (14 de junio de 2022). *Banco de Información Económica*. Obtenido de Cuenta satélite del turismo de México: <https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/default.aspx?tm=0>

INEGI. (12 de junio de 2024). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de DENUE: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. (20 de enero de 2023). *Sevilla metropolitana*. Obtenido de https://guiadigital.iaph.es/sites/default/canales/conoce-el-patrimonio/guia-digital/textos-e/Demarcacion_Sevilla_Metropolitana/paisaje/index.html

Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla. (13 de septiembre de 2024). *Espacios*. Obtenido de <https://icas.sevilla.org/espacios>

Instituto Geográfico Nacional. (12 de diciembre de 2022). *La organización territorial de España*. Obtenido de https://www.ign.es/espmmap/mapas_spain_bach/pdf/Espana_Mapa_01_texto_2.pdf

INVATTUR. (5 de noviembre de 2023). *Manual Operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes*. Obtenido de uploads: https://invattur.es/uploads/entorno_37/ficheros/62690a0d5bc1b967049880.pdf

IPLAEM. (26 de noviembre de 2022). *Sistema de indicadores del Estado de Michoacán*. Obtenido de <http://187.174.190.2/SII/index.jsp?tipo=so>

Ivars Baidal, J. A. (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. Alicante: Instituto Universitario de Geografía, Universidad de Alicante.

Ivars Baidal, J. A., Solzona Monzonís, F., & Giner Sánchez, D. (2016). *Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo*

enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.285>

Ivars Baidal, J., Celdrán Bernabeu, M. A., & Femenia Serra, F. (2017). *Guía de Implantación de Destinos Turísticos Inteligentes-Comunitat Valenciana*. Alicante: Agència Valenciana del Turisme y Universitat d'Alacant.

Jarvis, C. B., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 199-218. doi:10.1086/376806

Johnson, B., & Lundvall, B.-A. (1992). Closing the Institutional Gap? *Revue d'économie industrielle*(59), 111-123.

Jurado Almonte, J. (2012). El turismo accesible, un pujante y poco conocido modelo turístico. Experiencias en Andalucía y Portugal. *XXXVIII Reunión de Estudios Regionales - AECR* (págs. 1-25). Bilbao: Asociación Española de Ciencia Regional.

Jurado Almonte, J., & Fernández Tristancho, A. (2013). *Experiencias en turismo accesible en Andalucía y Portugal : especial atención al ámbito Alentejo – Algarve - Provincia de Huelva*. Huelva: Universidad de Huelva.

López de Ávila, A., & García, S. (2015). Destinos turísticos inteligentes. *Economía industrial*(395), 61-69.

Luque Gil, A., Zayas Fernández, B., & Caro Herrero, J. (2015). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*(10), 1-25.

Machat, C., & Ziesemer. (2015). *Heritage at Risk. World report 2014-2015 on monuments and sites in danger*. Berlín: ICOMOS.

Maldonado Alcudia, A. V., Velarde Valdez, M., Maldonado Alcudia, M. C., & Contreras Loera, M. R. (2011). Principios de sustentabilidad y actividades turísticas en Áreas Naturales Protegidas. En J. Arroyo Alejandro, & I. Corvera

- Valenzuela, *Desarrollo insostenible. Gobernanza, agua y turismo* (págs. 295-326). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Martínez Ortega, R. M., Tuya Pendás, L. C., Martínez Ortega, M., Pérez Abreu, A., & Cánovas, A. M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2), 12-32.
- Mayntz, R. (2000). Nuevos desafíos de la teoría de Governance. *Instituciones y Desarrollo*(7), 35-51.
- Mayntz, R. (2005). Nuevos desafíos de la teoría de la gobernanza. En A. Cerrillo, *La gobernanza hoy: 10 textos de referencia* (págs. 83-98). Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Mazaro, R. (2007). La sustentable levedad del visitar: modelo de evaluación de competitividad y sostenibilidad estratégica de destinos turísticos. *Turismo - Visão e Ação*, 9(3), 325-339.
- Mazaro, R., & Varzin, G. (2004). Sostenibilidad Estratégica como Ventaja Competitiva para Destinos Turísticos - El Comp&tenible Model. *Gestión turística*, 1-16.
- Meeus, M., Oerlemans, L., & Kenis, P. (2008). Inter-organisational networks and innovation. En B. Noteboom, & E. Stam, *Micro-foundations for Innovation Policy* (págs. 273-314). Amsterdam: WRR y Amsterdam University Press.
- Mercado, T., Vilorio, A., & Mercado, L. (2019). Competitividad de los recursos turísticos: una propuesta de indicadores para su medición en la región Caribe colombiana. *Revista de Economía del Caribe*(24), 95-113. doi:10.14482/ecoca.24.338.986
- Merinero, R., & Pulido, J. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuaderno de turismo*(23), 173-193.

- Miguel Velasco, A., Solís Jiménez, N., & Torres Valdez, J. (2014). El impacto territorial del turismo en el desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000-2010. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 357-268.
- Monteserín, O. (2022). La planificación estratégica turística como instrumento para lograr un modelo territorial más inclusivo. En R. Martínez Cardenas, L. Cabrales Barajas, M. d. Calle Vaquero, M. García Hernández, M. Mínguez García, & L. Troitiño Torralba, *Leyendo el territorio. Homenaje a Miguel Ángel Troitiño*. (págs. 569-580). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Moreno, R. (2012). Gobernabilidad y gobernanza en la administración local. En B. Lerner, R. Uvalle, & R. Moreno, *Gobernabilidad y gobernanza en los albores del siglo XXI y reflexiones sobre el México contemporáneo* (págs. 441-471). Toluca: Instituto de Investigaciones Sociales UNAM e Instituto de Administración Pública del Estado de México.
- Muñoz, E., & Llanos, L. (2021). Destinos turísticos patrimoniales y la museificación del territorio. Estudio comparativo entre Santa Fe de Antioquia (Colombia) y San Cristóbal de Las Casas (México). *EURE*, 47(141), 49-70. doi:10.7764/eure.47.141.03
- Nam, T., & Pardo, T. (2011). Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions. *The Proceedings of the 12th Annual International Conference on Digital Government Research* (págs. 282-291). Maryland: College Park, University at Albany.
- NetQuest. (20 de julio de 2024). *¿Qué tamaño de muestra necesito?* Obtenido de el teorema central del límite: <https://www.netquest.com/blog/que-tamano-de-muestra-necesito>
- Nicandro, C. (2001). *Gobernabilidad y governance democráticas: el confuso y no siempre evidente vínculo conceptual e institucional*. México: Política Nueva, A.C.

- Nooteboom, B., & Stam, E. (2008). Innovation, the economy, and policy. En B. Nooteboom, & E. Stam, *Micro-foundations for Innovation Policy* (págs. 17-52). Amsterdam: WRR and Amsterdam University Press.
- Nooteboom, B., & Went, R. (2008). Innovation and organisation. En B. Nooteboom, & E. Stam, *Micro-foundations for Innovation Policy* (págs. 219-248). Amsterdam: WRR y Amsterdam University Press.
- Noreña Chávez, D. A. (2024). *Domina el arte del análisis de datos: Una guía paso a paso de PLS-SEM*. Lima: Servicios Gráficos Publicitarios APAR SRL.
- OCDE. (2016). *Estudio de Política Turística de México*. París: OCDE.
- OMT. (1995). *Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible*. Madrid: Mundial de Turismo.
- OMT. (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo I: Turismo Accesible – definición y contexto*. Madrid: OMT.
- OMT. (2014a). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*. Madrid: OMT.
- OMT. (29 de noviembre de 2021). *2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales*. Obtenido de Comunicado de prensa: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-11/211129-unwto-barometer-es.pdf?bRkH5CUluEARBGyUFtmhGxLGFZwGnFKd>
- OMT. (29 de noviembre de 2021b). *EL TURISMO MUNDIAL REPUNTA EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2021, PERO LA RECUPERACIÓN SIGUE SIENDO FRÁGIL*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- OMT. (27 de noviembre de 2022). *Turismo urbano*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-urbano>

- OMT. (5 de julio de 2023). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (25 de noviembre de 2024). *Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism*. Obtenido de https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/session_55/documents/BG-4a-SF-MST-E.pdf
- OMT ELibrary. (17 de diciembre de 2021). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD)*. Obtenido de Preparando las OGD de cara a nuevos retos: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420933>
- Orgaz Baz, B. (2008). Introducción a la metodología SEM: Concepto y propósitos fundamentales. En M. A. Verdugo, M. Crespo, M. Badía, & B. Arias, *Metodología en la investigación sobre discapacidad. Introducción al uso de las ecuaciones estructurales* (págs. 11-12). Salamanca: KADMOS. Obtenido de https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO20749/said_2008.pdf
- Orozco Alvarado, J., & Núñez Martínez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Intersedes*, 143-167.
- Oviedo, H., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(4), 572-580.
- Parrilla-González, J. A., & Pulido-Fernández, J. I. (2017). Inteligencia territorial y turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, XXVI, 1-21.
- Richards, G. (1994). Developments in European cultural tourism. *Tourism. The state of the art*, 366-376.
- Rizzardo, R. (1994). Tourisme culturel: un élément d'aménagement du territoire. *Cahier Espaces*, 88-92.
- Rodríguez Marcos, M. (2021). *DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: SOSTENIBILIDAD REAL O ESTRATEGIA DE MARKETING TURÍSTICO*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

- Roldán Salgueiro, J. L., & Cepeda Carrión, G. (2024). *PLS-SEM: Fundamentos*. Sevilla: Centro de Formación Permanente Universidad de Sevilla.
- Sánchez, J. J. (2012). Usos de los conceptos de gobernabilidad y gobernanza (una manera de diferenciarlos). En B. Lerner, R. Uvalle, & R. Moreno, *Gobernabilidad y gobernanza en los albores del siglo XXI y reflexiones sobre el México contemporáneo* (págs. 217-267). Toluca: Instituto de Investigaciones Sociales UNAM e Instituto de Administración Pública del Estado de México.
- Santiago Cruz, M. (2020). Turismo rural, economía circular y desarrollo local. Reflexiones con base en experiencias en el sureste mexicano. *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism* (págs. 233-247). Palma: Mon. Soc. Hist. Nat. Balears.
- Sectur. (29 de noviembre de 2021). *Compendio Estadístico 2020*. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>
- Sectur. (29 de noviembre de 2021b). *Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial*. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CiudadesPatrimonio.aspx>
- SEGITTUR. (15 de junio de 2023). *Destinos DTI*. Obtenido de Sevilla: <https://www.destinosinteligentes.es/destinos/sevilla/>
- Sevilla city centre. (16 de junio de 2023). *Sevilla, Ciudad de la Música UNESCO*. Obtenido de <https://www.sevillacitycentre.com/sevilla-ciudad-de-la-musica-unesco/>
- Sikora - Fernández, D. (2017). Factores de desarrollo de las ciudades inteligentes. *Revista Universitaria de Geografía*, XXVI(1), 135-152.
- Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía. (19 de mayo de 2023). *Balance del año turístico en Andalucía*. Obtenido de Año 2019: https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/producto_estadistica/19/06/2019_BATA_A.pdf

Sistema de Información Cultural. (12 de junio de 2022). *Declaratorias de la UNESCO*. Obtenido de Morelia. Ciudad Creativa de la Música: https://sic.gob.mx/ficha.php?table=otra_declaratoria&table_id=161

Sistema de Información Geográfica y Estadística de Morelia. (16 de noviembre de 2022). *Mapa interactivo de Morelia*. Obtenido de <https://sigmorelia.gob.mx/?v=bGF0OjE5LjY1ODA1LGxvbjotMTAxLjEzMTI4LHo6OSxsOmMxMDN8YzE3MDU=>

Sobre España. (12 de diciembre de 2022a). *Comunidades Autónomas de España*. Obtenido de <https://sobreespana.com/comunidades-autonomas-de-espana-2/>

Sobre España. (12 de diciembre de 2022b). *Ceuta, la ciudad de las cuatro culturas*. Obtenido de <https://sobreespana.com/2008/12/16/ceuta-la-ciudad-de-las-cuatro-culturas/>

Sobre España. (12 de diciembre de 2022c). *Melilla, un mundo por ver*. Obtenido de <https://sobreespana.com/2008/12/16/ceuta-la-ciudad-de-las-cuatro-culturas/>

Solorio Pompa, K. (2021). *Determinantes de la competitividad turística para incrementar la llegada de turistas internacionales: el caso de Morelia, México*. Morelia: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Obtenido de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/6466

Statista. (10 de diciembre de 2022). *Evolución anual del número total de turistas en Andalucía de 2008 a 2021*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1012251/cifra-anual-de-turistas-en-andalucia/>

Statista. (17 de mayo de 2023). *Travel, tourism & hospitality*. Obtenido de Contribution of travel and tourism to gross domestic product (GDP) in selected cities in Spain from 2019 to 2022: <https://www.statista.com/statistics/1346730/tourism-contribution-gdp-cities-spain/>

- Sunkel, O. (1995). Del desarrollo hacia adentro al desarrollo desde dentro. En O. Sunkel, *El desarrollo desde dentro* (págs. 35-79). Cepal.
- Taboada, E., García, A., & Martínez, A. (2012). La naturaleza de los Procesos de Innovación e interacción entre Agentes Económicos y la Política de Innovación. *Teuken Bidikay*(3), 221 - 240.
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (4ta ed.). México, D. F.: Limusa.
- Toselli, C. (2009). Programa de fortalecimiento a destinos turísticos emergentes. Un análisis desde la visión del desarrollo endógeno. *Gestión Turística*, 109-124.
- Troitiño Vinuesa, M. (2016). Estrategias de gestión en destinos patrimoniales. *Seminario Internacional sobre Patrimonio Turismo en el MERCOSUR* (págs. 1-65). Colonia del Sacramento: Universidad Complutense de Madrid.
- Troitiño Vinuesa, M. A., & Troitiño Torralba, L. (2018). Visión territorial del patrimonio y sostenibilidad del turismo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 212–244.
- Tu guía de Sevilla. (20 de enero de 2023). *El NO8DO de Sevilla. Origen, leyenda y verdad*. Obtenido de <https://tuguiadesevilla.com/el-no8do-de-sevilla-origen-leyenda-y-verdad/>
- Turismo de Tenerife. (20 de octubre de 2024). *Investigación*. Obtenido de Estrategia turística de Tenerife: <https://www.webtenerife.com/-/media/files/investigacion/informes-y-estudios/estrategia-y-planificacin/relateddocuments/doc/estrategia-turistica-tenerife-2017-2020-2030.pdf>
- Turismo Sevilla. (12 de diciembre de 2022). *Nuestra provincia*. Obtenido de <https://www.turismosevilla.org/es/nuestros-pueblos>
- UNAM. (25 de noviembre de 2022). *Instituto de Ciencias Aplicadas y Tecnología*. Obtenido de Aspectos generales de Morelia, Michoacán: <http://somi.icat.unam.mx/somi34/morelia.html>

- UNESCO. (7 de diciembre de 2021). *Patrimonio Mundial*. Obtenido de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-mundial#>
- UNESCO. (7 de diciembre de 2021b). *The criteria for selection*. Obtenido de <http://whc.unesco.org/en/criteria/>
- UNESCO. (12 de junio de 2022a). *Lista*. Obtenido de México: <https://whc.unesco.org/es/list/?iso=mx&search=&>
- UNESCO. (12 de junio de 2022b). *64 ciudades ingresan en la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO*. Obtenido de <https://es.unesco.org/news/64-ciudades-ingresan-red-ciudades-creativas-unesco>
- UNESCO. (12 de diciembre de 2022b). *Lista*. Obtenido de España: <https://whc.unesco.org/es/list/?cid=31&lother=es&iso=es&search&mode=table>
- UNESCO. (15 de junio de 2023). *Lista del Patrimonio Mundial*. Obtenido de Catedral, Alcazar y Archivo de Indias de Sevilla: <https://whc.unesco.org/es/list/383>
- UNESCO ICH. (06 de junio de 2022a). *México*. Obtenido de Elementos en las listas de patrimonio cultural inmaterial: <https://ich.unesco.org/es/estado/mxico-MX?info=elementos-en-las-listas>
- UNESCO ICH. (12 de diciembre de 2022b). *Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Obtenido de España: [https://ich.unesco.org/es/listas?text=&country\[\]=00069&multinational=3#tabs](https://ich.unesco.org/es/listas?text=&country[]=00069&multinational=3#tabs)
- Universitat de València. (25 de julio de 2023). *Grupo de innovación educativa*. Obtenido de Introducción al SPSS: Alfa de Cronbach: https://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0801B.pdf
- Urban Sevilla. (26 de febrero de 2023). *Distritos y Barrios de Sevilla*. Obtenido de <https://urbansevilla.es/distritos-y-barrios-de-sevilla/>

- Urbanismo de Sevilla. (16 de junio de 2023). *Sevilla Patrimonio mundial*. Obtenido de Entorno UNESCO: https://sig.urbanismosevilla.org/sevilla_patrimonio_mundial/?story=entorno&lang=es
- Vargas, A., & Rodríguez, I. (2021). Aguascalientes, 20 años en el camino de la gestión del desarrollo turístico. En C. Gauna, & M. Osorio, *El desarrollo turístico en México. Revisión general y casos de estudio* (págs. 105-128). Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Varisco, C. (2008). Turismo y desarrollo económico local. *Aportes y transferencias*, 126-148.
- Varisco, C. (2016). Turismo rural: propuesta metodológica para un enfoque sistémico. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 153-167.
- Vázquez Barquero, A. (2010). Desarrollo Local, una salida territorial de la crisis económica. Enseñanzas de América Latina. En M. d. Barroso González, & D. Flores, *Teoría y estrategias de Desarrollo Local* (págs. 111-130). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Velasco, M. (2009). Gestión turística del Patrimonio Cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*(23), 237-253.
- World Travel & Tourism Council. (17 de mayo de 2023). *La recuperación económica avanza en el sector de viajes y turismo en ciudades españolas*. Obtenido de <https://wttc.org/news-article/la-recuperacion-economica-avanza-en-el-sector-de-viajes-y-turismo-en-ciudades-espanolas>

1. Padrón de organizaciones turísticas

1.1 Centro histórico de Morelia, México

Asociaciones civiles y dependencias municipales	Adscripción
Asociación de Guías de Turistas del Estado de Michoacán	Asociación Civil
Asociación de Hoteles y Moteles del Estado de Michoacán	Asociación Civil
Guías de Turistas de Michoacán	Asociación Civil
Dirección de Innovación en Prevención	Comisión Municipal de Seguridad Ciudadana
Unidad de Seguridad en Vialidad y Tránsito	Comisión Municipal de Seguridad Ciudadana
Dirección de Patrimonio Cultural	Gerencia del Centro Histórico
Dirección de Gestión Operativa del Patrimonio Cultural	Gerencia del Centro Histórico
Dirección de Proyectos Estratégicos	Instituto de Planeación de Morelia
Dirección de Vinculación Social y Procuración de Fondos	Instituto de Planeación de Morelia
Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados	Organización de la Sociedad Civil
Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Morelia	Organización de la Sociedad Civil
Dirección de Desarrollo Humano	Secretaría de Bien Común y Política Social
Dirección de Promoción y Coordinación Interinstitucional	Secretaría de Cultura
Dirección de Educación y Arte Popular	Secretaría de Cultura
Dirección de Movilidad Sustentable	Secretaría de Desarrollo Urbano y Movilidad
Dirección de Orden Urbano	Secretaría de Desarrollo Urbano y Movilidad
Dirección de Emprendimiento e innovación	Secretaría de Fomento Económico
Dirección de Gestión, Asesoría y Atracción de Inversión	Secretaría de Fomento Económico

Dirección de Obras Públicas	Secretaría de Obras Públicas Municipales
Dirección de Mantenimiento y Operaciones Viales	Secretaría de Obras Públicas Municipales
Dirección de Parques y Jardines	Secretaría de Servicios Públicos
Dirección de Mercados y Plazas	Secretaría de Servicios Públicos
Dirección de Residuos Sólidos	Secretaría de Servicios Públicos
Dirección de Promoción Turística	Secretaría de Turismo
Dirección de Desarrollo Turístico y Capacitación	Secretaría de Turismo
Dirección de Programas	Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo; INEGI (2024); Ayuntamiento de Morelia (2024).

Transportadoras, agencias de viajes y de excursiones	Segmento
Bicicom Bicioruga	Transportadora turística
Tranvía Guayangareo	Transportadora turística
Tranvía de la Calle Real	Transportadora turística
Tranvía Morelia	Transportadora turística
Tranvía Xanguereti	Transportadora turística
Tranvía Kuanari	Transportadora turística
Turística Integral	Agencia de viajes
Viajes Luor	Agencia de viajes
Zona Travel	Agencia de viajes
Enamórate de México	Agencia de viajes
Agencia de viajes Kuanary	Agencia de viajes
Agencia de viajes Lobato	Agencia de viajes
Agencia de viajes Quetzal tours	Agencia de viajes
Agencia de viajes Selene tours	Agencia de viajes
Agencia de viajes Themoc tour	Agencia de viajes
Agencia de viajes Ticket to Travel	Agencia de viajes
Agencia de viajes Tours and Travel	Agencia de viajes
Agencia de viajes Servytur	Agencia de viajes
Agencia de viajes Punto de partida	Agencia de viajes
Agencia de viajes Turistravel	Agencia de viajes
Barco de papel	Agencia de viajes
Agencia de viajes Yuri	Agencia de viajes
Agencia de viajes Béjar	Agencia de viajes
Alpha viajes	Agencia de viajes
Morelia Travel	Agencia de viajes

Reventours	Agencia de viajes
Vega tours	Agencia de viajes
Viajes Angoly	Agencia de viajes
Vida Turística	Agencia de viajes
Viajes Jet	Agencia de viajes
Viajes Nuevo Mundo	Agencia de viajes
Vive Aventura	Agencia de viajes
Tours Pikis	Agencia de excursiones
Michoacán Mágico Tours	Agencia de excursiones
Transportadora Turística de Michoacán	Agencia de excursiones
T'sintsuni Experiencias	Agencia de excursiones
La Catrina Tours	Agencia de excursiones
Great tours	Agencia de excursiones
Casa Maya tours	Agencia de excursiones
Meraki leyendas de la catedral	Agencia de excursiones
Leyendas del Caballero de Valladolid	Agencia de excursiones
Turisteando en Michoacán	Agencia de excursiones
Transportadora Turística Empresarial	Agencia de excursiones
Lindo Michoacán	Agencia de excursiones
Ecoturismo Morelia	Agencia de excursiones
Colibrí tours	Agencia de excursiones

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024).

Hoteles y hostales	
Thiago	Marcella
María	Mintzicuri
M Concepto	Catedral
Casa Vieja	Morelia
Cantera Diez	Plaza Morelia
Casa del Virrey hotel y suites	Plaza Morelos
Casa Grande hotel boutique	El Pórtico
San Miguel	HA boutique
Alameda	La Luz
Allende	Mesón de los Remedios
Casa Madero	Avenida
Casa de los Dulces Sueños	Posada del Cortijo
Casa del Fraile	Posada Don Vasco
Gertrudis	Qualitel
Casa del Anticuario	Qualitel Plus
Casa Eugenia	Plaza Carrillo
Casa Galeana	Refugio Agustino

Casa San Diego	Rincón Tarasco
Casino	Rosa Barroco
Colonial	Rymma
D'Atilanos	Azomalli
Hotel de la Soledad	Suites Casa Morelia
El Callejón	Victoria Capital O
Don Carlos	Holiday Inn centro
Nana Vida	Suites Galería
El Carmen	Cantera Rosa
Estefanía	Casa José María
Hosting House Express	Romance
Florida	Refugio Victoria
Herencia	Howard Johnson
Historia	Vista Express
Los Juaninos	Hostalmich
Mansión del Sol	Hostal San Franciskuni

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024).

Museos y recintos culturales	Adscripción
Casa de la Cultura de Morelia	Gobierno estatal
Casa de las Artesanías	Gobierno estatal
Museo Casa Natal de Morelos	Gobierno estatal
Museo de Arte Colonial	Gobierno estatal
Museo de Arte Contemporáneo Alfredo Zalce	Gobierno estatal
Museo del Estado de Michoacán	Gobierno estatal
Museo Histórico del Poder Judicial	Gobierno estatal
Museo de Historia Natural Manuel Martínez Solorzano	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Sala Melchor Ocampo del Colegio de San Nicolás	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Museo Regional Michoacano Dr. Nicolás León	Instituto Nacional de Antropología e Historia
Museo de Sitio y Archivo Histórico Casa de Morelos	Instituto Nacional de Antropología e Historia

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024).

Teatros y centros culturales	Adscripción
Teatro Mariano Matamoros	Gobierno estatal
Teatro Melchor Ocampo	Gobierno estatal
Centro Cultural Clavijero	Gobierno estatal
Allende 637	Iniciativa privada
Casona del Teatro	Iniciativa privada
Centro Cultural Nido	Iniciativa privada
Foro Cultural La Mueca	Iniciativa privada
Museo del Dulce de la Calle Real	Iniciativa privada
Teatro el Corral de la Comedia	Iniciativa privada
La Pulke foro cultural	Iniciativa privada
EL Agasajo	Iniciativa privada
Teatro Stella Inda	Instituto Mexicano del Seguro Social
Centro Cultural UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
Teatro José Rubén Romero	UMSNH
Centro Cultural Universitario	UMSNH

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024).

Cafeterías	
La Lucha	La Fuente
Amor Entero	Lilians coffee Tarascas
Capuchinas	Mr cofee and doña chela
Rivera Café	Mainimbú café
Café Cultural Luna Meztli	Drama Coffee Design
¡Bomba! Cafetería y marquesitas yucatecas	La Guarecita tostadores de café y cacao
Europa San Francisco	Téchani
Fátima	Clementina
Fortunata y Jacinta	Papálotl
Galería Casa de Cultura	Moluet cafetería folklorica mexicana
Café Galería Kitsch	Café del Prado
Las Reliquias café	Olivera
La Crepería y el té	D'Orazio cafetería
Chía cafebrería	Plaza Morelos
Pastelonia	Casa Galería
Madero	Cafetería la Victoria
Michelena	Gato sordo
Acueducto	Su-café
Skate	Insomnio café honesto
Tollan le Funk cafetería	Shokolade

El Rincón de los Sentidos	Mentha cafetería
La Pianola	Mokcafé
Lilians coffee Madero	Live café
Café del Teatro	Bean Corner Coffee
The Italian Coffee Company	Taller Galería Café Errante
Therai Casa de Té	Office Coffee
Cafetería Rico-pay madero	Churreria Porfirio
Chocolatería Pachamama	Fika coffee shop
Churreria artesanal Las Ramblas	Más Churro
Crepas y baguettes La Mica	Cafetería Rico-pay Allende
El Campanario café	Amortentia Morelia
El Campanario II	El Cuervo Café y juegos de mesa
Kai Coffee	Café Los Olivos
El traspatio Librería Cafetería	La Casa del Cheesecake
La crema y nata	

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024).

Restaurantes		
Tortas y jugos el Mar	Tata mezcalería	Taquería el infierno
Tortas y jugos el Mar Corregidora	Mechoacan restaurante y café	Taquería el infierno Santiago Tapia
Super vegetariano	Café Catedral Restaurant	Panoli
Terra Nostra	Restaurant bar Onix	Taquería el torito
Bistro Galafre	Taquito	Los Pioneros
Lu Cocina michoacana	La Antojería	Soterraña
La Guarecita de las Rosas	Yoshoku los makis de hospitales	Origo panaderia de origen
Lady tacos de canasta	Viandante	Tora comida japonesa
Arrabal gourmet	Carácuaro	Cinque Terre italiano
Morelia restaurante de comida regional	Comida japonesa Flor de Loto	Tortas la imperial San Francisco
Café Europa del portal	Chango	Tortas la Tzararakua
La Casona de las rosas	Restaurant Alondra	Tortas el mago
Casa condesa	Tortas la Imperial Portal	Zacarias snacks & sushi
La internacional Cocina Cultural	Taquería el infierno Madero	La Guarecita San Agustín
Mi Rancho	La piccola Italia	La Azotea
Dante's wings	Banai Vegetariano	La Aldaba
El sabor casero	La Buca	Marogui
Cocina tradicional Cuish	La Fontana	Gian Carlo
Copa de oro	La Toscana	Anaho
La Cueva de Chucho	La Tarasca	Cactux gastrocultural

Lasagna Factory centro	Tacos de cabeza el Güero	Acueducto restaurante
El rinconcito	Los Mirasoles	Cherries restaurante
El yugo	Mariscos el carnal	Mamut pizza
Fonda Marceva	Pasta y pasto	Latitud Desconocida
La conspiracion de 1809	Pollo Coa	Buffet María
Chesdums japonés auténtico	La plazuela restaurante cubano	La María Sazón Mexicano
Kiwi& Melon	Amati jazz & blues	La Alborada
Super cocina las rosas	Simona barra saludable	Roji Urban Sushi
El Tragadero	Taquería Lalo y Rubio	Monte Perdido
Makis centro	Portal 7	Restaurante Tzirio
Tara comida vegana	Terekua restaurante	La Tradición
Mariscos Alvarado	Magari restaurante japonés	Al Qasbah
Mikono		

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024).

Bares	
Frida Pub de Barrio	Barcelonette bar
Casa Blanca cocktails	Barra mercado don lucas
Moy's bar	Black bar
El abrevadero	Bunburi's bar
Buffalo King	Coco María & Garibaldi
Rústica Cervecería Tabaquería	Cantina Madero siete nueve seis
La suavecita Madero	Distrito Agave
La suavecita de las rosas	La Porfiriana
El Monasterio	Soho Club-Bar
La Truja Mezcalería	El legendario bar de Don Willy
Burritikos	Ková
La brebajería	Budhare karaoke bar
Copacabana	Jiménez
Con la Rojas Pop	Rock Paraíso
Dos Tigres	Nameless
La Taberna	The Boss Speakeasy
Bar el juguete	La Arena
Beer pong centro	La Minerva
La bodeguita del centro	Chamy's Micheladas
Bar séptima luna	Ruso blanco
Mr. Henry show-bar	Manglar
Super chulo	K-guamería Centro
Mama no lo sabe	Tropical Bar
Sak	El Barrio

Salón Púrpura	Junkers centro
Pagano mezcalería	Sala Abasolo 322
Cráneo Beer & Pizza	Santinos Bar
Escapulario bar	Vogue
Venado azul	Sinatra Canta-bar
Kantaros centro	Watson bar
Zacarias karaoke	Xaneque Cocktail Room

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024).

1.2 Casco antiguo de Sevilla, España

Asociaciones y dependencias de gobierno municipal	Adscripción
Oficina inteligente de turismo	Junta de Andalucía
Smart Tourism Office	Dirección General de Turismo
Unidad Administrativa de Cultura	Dirección General de Cultura
Congresos y Turismo de Sevilla	Área de Turismo y Cultura
Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla	Área de Turismo y Cultura
Servicio de Promoción y Formación Empresarial	Dirección General de Promoción Económica, Parques empresariales y Ciencia
Sevilla Emprendedora	Dirección General de Promoción Económica, Parques empresariales y Ciencia
Servicio de Edificios Municipales	Dirección General de Edificios Municipales
Oficina Técnica de Edificios Municipales	Dirección General de Edificios Municipales
Servicio de Protección Ambiental	Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente
Servicio Técnico de Movilidad	Dirección General de Movilidad
Infraestructura Sostenible	Dirección General de Agenda Urbana y Sostenibilidad de Sevilla
Servicio de parques y jardines	Dirección General de Arbolado, Parques y Jardines
Administración de parques y jardines	Dirección General de Arbolado, Parques y Jardines
Participación Ciudadana y Modernización Digital	Dirección General de Transformación Digital
Servicio de Tecnologías de la Información	Dirección General de Transformación Digital
Información turística Marqués de Contadero	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia	Asociación Civil
Asociación Provincial de Informadores Turísticos de Sevilla	Asociación Civil
Asociación de Guías Turísticos de Sevilla	Asociación Civil
Cámara de Comercio	Organización de la Sociedad Civil

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Ayuntamiento de Sevilla (2024).

Transportadoras y agencias de viajes	Segmento
Colours of Seville	Agencia de excursiones
Visitor center	Agencia de excursiones
Sevilla Inside	Agencia de excursiones
Intursafe	Agencia de excursiones
Sevilla Legendaria	Agencia de excursiones
City Expert Av Constitución	Agencia de excursiones
City Expert Alcazar	Agencia de excursiones
City Expert Alameda	Agencia de excursiones
Guías & tours Sevilla	Agencia de excursiones
Smart Local Tours	Agencia de excursiones
Citytour Sevilla	Agencia de excursiones
Tours Al Andalus	Agencia de excursiones
Passión tours	Agencia de excursiones
Naturanda Plaza de Toros	Agencia de excursiones
Naturanda Divino Salvador	Agencia de excursiones
Naturanda Alcázar	Agencia de excursiones
Andalsur	Agencia de excursiones
Visitours	Agencia de excursiones
Voyager Seville Experiences	Agencia de excursiones
Agencia de viajes Bharad	Agencia de viajes
B Travel	Agencia de viajes
El Corte Inglés	Agencia de viajes
Nautalia	Agencia de viajes
NUBA Viajes a medida	Agencia de viajes
Serva tours	Agencia de viajes
Servirama ALSA bus tour	Transportadora turística
City Sightseen bus tour	Transportadora turística
Cruceros Torre del Oro	Transportadora turística
See by bike	Transportadora turística
Surf the city	Transportadora turística
TopSegway	Transportadora turística
Ecocruceros Guadaluxe	Transportadora turística

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024).

Hoteles		
El rey Moro	Banana gay	La Puerta de Palacio
Itaca Artemisa	Un Patio al Sur	Inglaterra
Doña Blanca	Palacio Bucarelli	U-Sense
Palacio de Villapanés	Petit Palace puerta de Triana	Mercer hotel plaza
Las casas del Rey de Baeza	Petit Palace Reyes Católicos	Suites Murillo Plaza Sta. Cruz
Santiago 15	Basic hotel	Casa de Colón
hotel Baco	Convento La Gloria S.L.	Catalonia
Goya	The corner house	Querencia de Sevilla
Patio de las cruces	Singular Corral de San José	One Shot Conde de Torrejon
Alcántara	Welldone Cathedral Suites	Zaida
Casa del Poeta	Living Sevilla Maestranza	Las Atarazanas
Alfonso X	Nacional hotelera	The Spot Central
Simón	Las Casas de El Arenal	Adriano Sevilla
Puerta de Triana	La parada del Marqués	Kivir Sevilla
Plaza Santa Lucía	Bécquer	Letoh letoh
Cetina	Alcoba del Rey	Welldone Sierpes
San Gil	Patio de la Alameda	Vincci La Rábida
Legado Magdalena	H10	Mercer Castelar
Reyes católicos	Sevilla	Vincci Molviedro
Sercotel Casas de los Mercaderes	Welldone Quality-Crystal Pool	Taberna del Alabardero de Sevilla
Tayko	Soho boutique	Eurostars Regina
Alfonso XIII	Derby	Gravina 51
Soho	Doña Manuela	Hotel Lobby
Europa	Palacio Alcázar	Petit Palace Vargas
Maestranza	Ocean Drive Sevilla	Plaza Sevilla
Radisson	Palace Sevilla	Hotel Madrid
Doña Lola	Hotel Colón Gran Meliá	Le petit París
Venecia	Puerta Real	Hotel Museo Sevilla

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024).

Hostales y pensiones	Segmento
Toc	hostal
Nüa Santa Cruz	hostal
Florida	hostal
New Samay	hostal
Legado Alcázar	hostal
El Cairo	hostal
OneFam	hostal
A2C	hostal
Sweet Sevilla	hostal
La Flamenka	hostal
Roma	hostal
Bed & Breakfast Naranjo	hostal
The Nomad	hostal
Trotamundos	hostal
Black Swan	hostal
Jentoft	hostal
Callejón Del Agua	hostal
San Isidoro	hostal
Petit Palace Santa Cruz	hostal
Amadeus	hostal
Sierpes	hostal
Jeys Sevilla	hostal
El viajero en Sevilla	hostal
Urban Sevilla	hostal
Joy Plaza de Armas	hostal
Hom museo	hostal
La Muralla	hostal
Vergara	pensión
Doña Trinidad	pensión
Bienvenido	pensión
Córdoba	pensión
Río Sol	pensión
Gala	pensión
Riosol	pensión
Giraldilla	pensión
Lisdos	pensión
Sevilla Dream	pensión
Macarena	pensión

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024).

Museos y otras atracciones	Adscripción
Hospital de los venerables	Atracción privada
Setas de Sevilla	Atracción privada
Museo de la Catedral de Sevilla	Atracción privada
Centro de Arte Contemporáneo	Atracción privada
Nao Victoria	Atracción privada
Palacio de la Condesa de Lebrija	Atracción privada
Museo del Santo Ángel	Atracción privada
Museo del templo del Divino Salvador	Atracción privada
Museo de las ilusiones	Atracción privada
Casa de Pilatos	Atracción privada
Museo de la plaza de Toros de la Real Maestranza	Atracción privada
Coches de caballo	Ayuntamiento de Sevilla
Casa Fabiola Museo Bellver	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Palacio de las Dueñas	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Antiquarium	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Conjunto Monumental San Luis de los franceses	Diputación de Sevilla
Archivo de Indias	Gobierno de España
Torre del Oro	Gobierno de España
Real Alcázar	Gobierno de España
Museo del Baile Flamenco	Instituto Nacional de Las Artes Escénicas y de la Música
Casa de la Ciencia	Consejo Superior de Investigaciones Científicas
Museo de Bellas Artes	Junta de Andalucía
Panteón de los Sevillanos Ilustres	Junta de Andalucía
Palacio de San Thelmo	Junta de Andalucía

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla (2024); Andalucía (2024).

Teatros y Tablao Flamenco	Adscripción
Teatro Lope de Vega	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Teatro Alameda	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Espacio Santa Clara	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Espacio turina	Ayuntamiento de Sevilla y empresa privada
Sala Cero	Teatro privado
Teatro La Maestranza	Teatro privado

Los gallos	Tablao Flamenco privado
La exclusiva	Tablao Flamenco privado
La Milonga Tablao	Tablao Flamenco privado
Azahar Sevilla	Tablao Flamenco privado
Casa de la Guitarra	Tablao Flamenco privado
Flamenco Show in Seville	Tablao Flamenco privado
La Cantaora	Tablao Flamenco privado
Flamenco Andalusí	Tablao Flamenco privado
Las Setas	Tablao Flamenco privado
Tablao Sevilla	Tablao Flamenco privado
El arenal	Tablao Flamenco privado
Casa de la Memoria	Tablao Flamenco privado

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla (2024).

Cafeterías	
Alfonsito	Billy brunch
De nata	Eleven coffee
Cakes & Go	Brunchit
Ringo banana	Pompeia
La mala	Confitería Los Ángeles
Monte Sión	Delatribu Specialty Coffee
Nueva Florida Sucursal Calle Feria	Itimad
Muy coffee	Agua Y Vida
Colette	Biomio Organic Food & Brunch
East crema	Filo Colón
Cala 34	Aba de Sevilla
Piola	Sagasta Brunch
Nueva Florida Sucursal Setas	Kokolá to go
Crustum Calle Cerrajería	Nata Lisboa
New Love	Ofelia Bakery
Catunambu	La Gata en Bicicleta
La Crème	Aromas de San Roman
Recaredo 35	La Comissura Brunch and breakfast
Bocatto di Cardinale	Tancha casa de té
Jester Specialty Coffee	Bombon Boss

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024).

Restaurantes		
La becerrita	La casa del tesorero	Aguador Puerta Oro
Pizzería Urbana	El trasluz	El rincón de Beirut
Holyjoy	Tablafina	La mediterránea
Uno de delicias	Dos de Mayo	Restaurante Arabesca
Malquerer	La piemontesa	Cristina Bistró
La Decana	Mayo	Patio San Eloy
Casa La Viuda	Chiquilla	Realcázar
Lobo López	Nickel Arenal	Las lapas
Casa Manolo León	Atticus Finch	Naturalmente Real Food
A Fuego	La ilustre	Sal Gorda Halo
San Fernando	Al Sultán	Corral del agua
Nickel Alameda	Maccheroni & Co.	La Hostería de Laurel
Tarambara	La Cayetana	El rincón de Murillo
ConTenedor	Lokal Burgers & beer	Las Teresas
La Gorda de las Setas	Centre Feria	San Marco Santa Cruz
Favorito Mi Lugar	El Rincón de Rosita	Doña Rufina
El rinconcillo	Nachos y papas	L'Oca Giuliva
La Alcoba	Grosso	Mateos
Espacio Eslava	Piccolo	El Giraldillo
Bocattas torneo 74	Mano de Santo	Gusto Paellas & Arroces
Las Piletas	Madreselva Tapas	Casa Robles
El cairo	Arte y Sabor	Doña Francisquita
Salas	El Disparate	El Colmo
Catalina	Al Medina	9 musas
Manolo Mayo	Vida Jonda	D'España
Carmela	El Picoteo	Cathedral Steakhouse
La Paella	El rincón de Kevin	La Cantina Mexicana
Mercado del barranco	Bottega Italia	El Pan Nuestro
Casa Aníbal	Siete palos	Bar Kiko de la Chari
Veganitessen	El Portón	Tradevo Centro
Mechela Arenal	El Sembrao	Orsini Restaurante
Jamón Real	Barbiana	Love Horno Artesano
D'Oro	El Rincón del Tito	Gulu gulu
La gorda del arenal	Vegan Rock	Petra
Mesones del Serranito Arenal	El Cevichano, Cocina Peruana de la Costa	Tanto monta la Isabel como Fernando
Freiduría El Arenal	Restaurante Gangnam	Mokambo
Petit Comité	Braxas	Barra Fina
Casa Carmen	Masakali Pizza	El Traga
La gorda de las delicias	Míng Chinese	Los Rincones del Marqués
Ta'Kool	Alfalfa 8	Da Pino
		Bocafloja

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024).

Bodeguitas y Café-bar	
Puerta Carmona	Baratillo
La centuria	Bodega San José 1893
El papelón Puerta Carmona	Los Angeles
La antojería	Bodeguita Antonio Romero
La Zalea	Bodeguita Iglesias
Abacería de Postigo	Bodeguita Plaza del Pan
Los Niños	Islamorada Tapas
La Gallega	La Cata Vinos & Tapas
El papelón Reyes Católicos	Vuela Tapas & Cocktail
El Picadero	Bodeguita Casablanca
Taquilla	La Sureña
La Esperanza	La Alacena Sevillana
Norte-sur	Santacruz tapas bar
La Marieta	El tenderete
Focaccino	Las Columnas
Gallito Alameda	Casa Román
Bacalao	El Patio De Lolita
Maestro Rufino	La Moderna
El Sardinero	La tradicional
Alcázares	Casa Funes
Perro Chiku	Gonzalo
El Rincón de Antonio	La Juguetería
El Rincón de Alberto	Picalagartos
Los dardos	Bodega Los Soportales
Alfakeke Tapas & Breakfast	Bodega el Patio
Rudy	Los Claveles
La chungu	Spala Imagen
Kiosko del barranco	Doña Encarna
Casa Pepe Hillo	El buen punto
Tendido 1	Manolo Cateca
Casa Paco	Quilombo tapas
La Bodega de la Alfalfa	

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024).

Tabernas	
Abacería Puerta Carmona	Las Escobas de 1386
El colmado	Ovejas Negras
11 sol	Mamarracha Tapas
Bar del mercado de la Encarnación	La Taberteca
Las tabernas Sevilla	Bar Arenal Ventura
Puerta Jerez	Bar Taperia Alcaiza
La parihuela	La Alicantina
Tasca nieves	Bar Europa
La Auténtica sucursal Puerta Carmona	Casa Juan Palomo
La Bartola	Sal Gorda
Levies	Buen trago Alfalfa
La esquinita de Arfe	La Orgánica
Peña Sevillista Macarena	Donaire House Bar
La vencida	Debellota
Taberna Azahar	La Taberna Sevillana
Lola por Dios	La Trastienda
Rodríguez	Casa Diego
La Auténtica de las Setas	Taberna Alambique Alfalfa
La Esclavina	Los Coloniales
De Domínguez Barra y Vitrina	Taberna Águilas
Charlatán Cocina Desenfadada	Casa Castro
Puerto Plata	Bar 11 Sol
Casa de La Moneda	Los Terceros
Taberna del Arenal	El Tremendo
100 montaditos Colón	La jara
El Pasaje	Palo Cortao
Belmonte	La guasa sevillana
Álvaro Perejil La Goleta	Perro Viejo
Casa Tomate	100 montaditos las Setas
Patanchón	Marabunda Sevilla
La Sacristía	Hops & Dreams
La azotea	El Puma
Casa art	Constanza

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024).

Bares	
La joyería cervecería del mercado	El Hachódromo Sala de tiro de hacha
Chaman cocktail	Mundial
El pasaje	San Lorenzo
Bouquet Sevilla	The Merchant
Kiosko del agua	La Brunilda
La Gintonería	Ático Sevilla
California Dreams	Lounge Terraza Lonja del Barranco
Deluxe	Faena River Club
Julio César	Pinzón
Colón 5	Kepler
El Uruguayo	Monkey Piper
Barlovento	Kiosko Bombay
Ritual	Maruja Melón
k2 copas	Chiqueros
Ocean Drive	Marimandona
Santa Marina	The Second Room
La Alcazaba	El gallo negro
El cortadero	Groucho Sevilla
Carmela	Casa Matías
Cervecería Giralda	Magallanes
Bar catedral	Boheme
Antigüedades	Carbón 6
Pelayo	Asprón
Alfalfa	La Terraza del Eme
El Comercio	Pecata Mundi
Maldito Cocktail	Tequila Bar

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente (2024).

2. Cuestionario para las organizaciones turísticas

2.1 Centro histórico de Morelia, México



Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional
Encuesta de Turismo Inteligente en el Centro Histórico de Morelia



La presente encuesta sobre Turismo Inteligente forma parte de mi tesis de Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional, programa del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. El objetivo es indagar sobre la capacidad que tiene el destino urbano patrimonial para consolidar los pilares del turismo inteligente. Al responder esta encuesta su privacidad está garantizada y los resultados estarán a su disposición al culminar la investigación.

a.- Sexo				
Femenino		Masculino		
b.- Edad en años cumplidos				
18 a 25	26 a 35	36 a 45	46 a 55	56 y más
c.- Nivel de estudios				
Primaria	Secundaria	Bachillerato	Licenciatura	Posgrado
d.- Sector				
Público		Privado	Institucional	

e.- Años de experiencia				
De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	21 o más

Turismo inteligente

1.- La gobernanza en Morelia se da de manera óptima				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2.- La sostenibilidad está presente en el centro histórico				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
3.- La innovación es visible en el ramo turístico				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en todo el centro histórico				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

A. Gobernanza

I. Gestión del turismo

6.- En Morelia se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

II. Colaboración público-privada

8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

III. Gobernabilidad

10.- La calidad de vida en el centro de Morelia es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

B. Sostenibilidad

IV. Medioambiental

12.- Los botes de basura en el área patrimonial son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

V. Sociocultural

14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del centro histórico				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los morelianos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VI. Económica

16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro histórico				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

C. Innovación

VII. Comercialización y redes sociales

18.- La forma en que se comercializa Morelia hacia afuera es innovadora				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
19.- Las redes sociales han ayudado a que el moreliano se integre a eventos culturales				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VIII. Ecosistema emprendedor-innovador

20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

IX. Oferta y atención turística

22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Morelia				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

D. Tecnología

X. Conectividad a Internet

24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XI. Sensorización y monitoreo

26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el área patrimonial, como los de riego en jardines para ahorrar agua				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

27.- En el centro de Morelia hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XII. Digitalización e Inteligencia

28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

E. Accesibilidad

XIII. Infraestructura física

30.- En el área patrimonial hay suficientes rampas, señalética y semáforos para Personas con Discapacidad				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XIV. Priorización de la accesibilidad

32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del centro histórico				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XV. Servicios turísticos accesibles

34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia (2024).

2.2 Casco antiguo de Sevilla, España



Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional
Encuesta de Turismo Inteligente en el Casco Antiguo de Sevilla



La presente encuesta sobre Turismo Inteligente forma parte de mi tesis de Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional, programa del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. El objetivo es indagar sobre la capacidad que tiene el destino urbano patrimonial para consolidar los pilares del turismo inteligente. Al responder esta encuesta su privacidad está garantizada y los resultados estarán a su disposición al culminar la investigación.

a.- Sexo	
Femenino	Masculino

b.- Edad en años cumplidos				
18 a 25	26 a 35	36 a 45	46 a 55	56 y más

c.- Nivel de estudios				
Primaria	Secundaria	Bachillerato	Licenciatura	Posgrado

d.- Sector en que se desempeña		
Público	Privado	Institucional

e.- Años de experiencia				
De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	21 o más

Turismo inteligente

1.- La gobernanza en Sevilla se da de manera óptima				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

2.- La sostenibilidad está presente en el casco antiguo				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

3.- La innovación es visible en el ramo turístico				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en el centro de Sevilla				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

A. Gobernanza

I. Gestión del turismo

6.- En Sevilla se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

II. Colaboración público-privada

8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

III. Gobernabilidad

10.- La calidad de vida en el centro de Sevilla es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

B. Sostenibilidad

IV. Medioambiental

12.- Los botes de basura en el casco antiguo son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

V. Sociocultural

14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del casco antiguo				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los sevillanos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VI. Económica

16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro de Sevilla				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

C. Innovación

VII. Comercialización y redes sociales

18.- La forma en que se comercializa el municipio de Sevilla hacia afuera es innovadora				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

19.- Las redes sociales han ayudado a que el sevillano se integre a eventos culturales				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VIII. Ecosistema emprendedor-innovador

20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

IX. Oferta y atención turística

22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Sevilla				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

D. Tecnología

X. Conectividad a Internet

24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XI. Sensorización y monitoreo

26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el casco antiguo, como los de riego en jardines para ahorrar agua				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

27.- En el centro de Sevilla hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XII. Digitalización e Inteligencia

28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

E. Accesibilidad

XIII. Infraestructura física

30.- En el casco antiguo hay suficientes rampas, señalética y semáforos para Personas con Discapacidad				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XIV. Priorización de la accesibilidad

32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del casco antiguo				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

XV. Servicios turísticos accesibles

34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia (2024).

3. Estadísticos del trabajo de campo en el centro histórico de Morelia

3.1 Estadísticos descriptivos de los datos de control y primeros ítems

Centro histórico de Morelia, México		a.- Sexo	b.- Edad en años cumplidos	c.- Nivel de estudios	d.- Sector	e.- Años de experiencia	1.- La gobernanza en Morelia se da de manera óptima	2.- La sostenibilidad está presente en el centro histórico	3.- La innovación es visible en el ramo turístico	4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística	5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en todo el centro histórico
N	Válido	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		1.54	2.39	3.78	1.91	2.18	2.93	3.2	2.98	2.85	2.56
Error estándar de la media		0.036	0.085	0.045	0.025	0.099	0.069	0.068	0.074	0.073	0.077
Mediana		2	2	4	2	2	3	3	3	3	2
Moda		2	2	4	2	1	3	4	4	2	2
Desviación estándar		0.499	1.185	0.624	0.348	1.38	0.966	0.945	1.033	1.014	1.079
Varianza		0.249	1.405	0.389	0.121	1.904	0.933	0.893	1.067	1.028	1.165
Rango		1	4	3	2	4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
Máximo		2	5	5	3	5	5	5	5	5	5
Suma		301	467	737	373	426	571	624	582	555	499

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

3.2 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Gobernanza

Centro histórico de Morelia, México		6.- En Morelia se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos	7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población	8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado	9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales	10.- La calidad de vida en el centro de Morelia es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal	11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo
N	Válido	195	195	195	195	195	195
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		3.33	3.41	3.1	2.85	2.73	2.82
Error estándar de la media		0.069	0.068	0.065	0.079	0.07	0.067
Mediana		4	4	3	3	3	3
Moda		4	4	4	2	2	3
Desviación estándar		0.967	0.944	0.902	1.109	0.974	0.933
Varianza		0.935	0.892	0.814	1.23	0.949	0.87
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		650	664	605	556	533	550

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

3.3 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Sostenibilidad

Centro histórico de Morelia, México		12.- Los botes de basura en el área patrimonial son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas	13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible	14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del centro histórico	15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los morelianos	16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios	17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro histórico
N	Válido	195	195	195	195	195	195
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2.31	2.71	3.14	2.86	2.59	3.18
Error estándar de la media		0.079	0.079	0.065	0.081	0.068	0.07
Mediana		2	2	3	3	2	3
Moda		2	2	4	4	2	4
Desviación estándar		1.098	1.098	0.902	1.124	0.95	0.977
Varianza		1.206	1.206	0.814	1.264	0.902	0.955
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		451	529	613	558	506	621

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

3.4 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Innovación

Centro histórico de Morelia, México		18.- La forma en que se comercializa Morelia hacia afuera es innovadora	19.- Las redes sociales han ayudado a que el moreliano se integre a eventos culturales	20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites	21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local	22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Morelia	23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos
N	Válido	195	195	195	195	195	195
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		3.03	3.81	2.65	2.7	3.12	2.27
Error estándar de la media		0.073	0.063	0.075	0.059	0.071	0.061
Mediana		3	4	3	3	3	2
Moda		4	4	2	3	4	2
Desviación estándar		1.025	0.873	1.041	0.821	0.987	0.851
Varianza		1.051	0.763	1.084	0.674	0.974	0.725
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		591	743	517	527	609	443

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

3.5 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Tecnología

Centro histórico de Morelia, México		24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos	25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes	26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el área patrimonial, como los de riego en jardines para ahorrar agua	27.- En el centro de Morelia hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito	28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito	29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante
N	álido	195	195	195	195	195	195
	ardidos	0	0	0	0	0	0
Media		2.98	4.08	2.9	3.51	3.48	2.72
Error estándar de la media		0.074	0.056	0.077	0.07	0.064	0.066
Mediana		3	4	3	4	4	3
Moda		4	4	2 ^a	4	4	2
Desviación estándar		1.033	0.782	1.07	0.976	0.893	0.918
Varianza		1.067	0.612	1.144	0.952	0.797	0.843
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		582	796	565	684	679	530

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

3.6 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Accesibilidad

Centro histórico de Morelia, México		30.- En el área patrimonial hay suficientes rampas, señalética y semáforos para Personas con Discapacidad	31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas	32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del centro histórico	33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad	34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos	35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad
N	Válido	195	195	195	195	195	195
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2.95	1.45	2.86	2.63	2.06	2.31
Error estándar de la media		0.074	0.046	0.073	0.068	0.061	0.065
Mediana		3	1	3	2	2	2
Moda		4	1	2	2	2	2
Desviación estándar		1.039	0.643	1.024	0.951	0.853	0.908
Varianza		1.08	0.414	1.048	0.904	0.728	0.824
Rango		4	3	4	4	3	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	4	5	5	4	5
Suma		575	283	558	513	402	451

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4. Estadísticos del trabajo de campo en el casco antiguo de Sevilla

4.1 Estadísticos descriptivos de los datos de control y primeros ítems

Casco antiguo de Sevilla, España		a.- Sexo	b.- Edad en años cumplidos	c.- Nivel de estudios	d.- Sector	e.- Años de experiencia	1.- La gobernanza en Sevilla se da de manera óptima	2.- La sostenibilidad está presente en el casco antiguo	3.- La innovación es visible en el ramo turístico	4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística	5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en el centro de Sevilla
N	Válido	228	228	228	228	228	228	228	228	228	228
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		1.47	2.58	3.61	1.9	2.75	2.94	3.02	3.36	3.33	2.84
Error estándar de la		0.033	0.077	0.062	0.02	0.104	0.068	0.072	0.063	0.066	0.075
Mediana		1	2	4	2	2	3	3	4	4	3
Moda		1	2	4	2	1	4	4	4	4	2
Desviación estándar		0.5	1.168	0.943	0.302	1.568	1.033	1.08	0.953	1.003	1.14
Varianza		0.25	1.364	0.89	0.091	2.459	1.067	1.167	0.908	1.006	1.3
Asimetría		0.124	0.318	-0.492	-2.668	0.275	-0.2	-0.361	-0.549	-0.407	0.089
Error estándar de		0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161
Curtosis		-2.002	-0.876	-0.009	5.164	-1.476	-0.947	-1.056	-0.676	-0.913	-1.054
Error estándar de		0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321
Rango		1	4	4	1	4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo		2	5	5	2	5	5	5	5	5	5
Suma		335	588	824	433	628	671	689	765	759	647

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4.2 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Gobernanza

Casco antiguo de Sevilla, España		6.- En Sevilla se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos	7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población	8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado	9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales	10.- La calidad de vida en el centro de Sevilla es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal	11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo
N	Válido	228	228	228	228	228	228
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		4.34	2.18	3.25	2.93	2.51	2.9
Error estándar de la		0.052	0.077	0.063	0.068	0.072	0.057
Mediana		4	2	4	3	2	3
Moda		5	2	4	2	2	3
Desviación estándar		0.783	1.159	0.953	1.028	1.089	0.865
Varianza		0.614	1.344	0.909	1.056	1.185	0.748
Asimetría		-1.351	0.748	-0.479	-0.022	0.308	-0.142
Error estándar de		0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161
Curtosis		2.16	-0.516	-0.891	-1.177	-0.988	-1.017
Error estándar de		0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321
Rango		4	4	4	4	4	3
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	4
Suma		990	496	740	667	572	662

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4.3 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Sostenibilidad

Casco antiguo de Sevilla, España		12.- Los botes de basura en el casco antiguo son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas	13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible	14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del casco antiguo	15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los sevillanos	16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios	17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro de Sevilla
N	Válido	228	228	228	228	228	228
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2.64	3.54	3.32	3.83	2.34	3.22
Error estándar de la		0.079	0.066	0.06	0.068	0.076	0.074
Mediana		2	4	4	4	2	4
Moda		2	4	4	4	1 ^a	4
Desviación estándar		1.199	0.991	0.908	1.028	1.152	1.114
Varianza		1.438	0.981	0.825	1.056	1.327	1.24
Asimetría		0.183	-0.962	-0.49	-0.791	0.348	-0.471
Error estándar de		0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161
Curtosis		-1.368	0.236	-0.833	-0.098	-1.136	-0.95
Error estándar de		0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		602	806	756	874	534	735

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4.4 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Innovación

Casco antiguo de Sevilla, España		18.- La forma en que se comercializa el municipio de Sevilla hacia afuera es innovadora	19.- Las redes sociales han ayudado a que el sevillano se integre a eventos culturales	20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites	21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local	22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Sevilla	23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos
N	Válido	228	228	228	228	228	228
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		3.39	3.87	2.59	3.05	3.41	3.03
Error estándar de la		0.062	0.053	0.065	0.054	0.059	0.062
Mediana		4	4	3	3	4	3
Moda		4	4	2	3	4	4
Desviación estándar		0.939	0.802	0.983	0.817	0.893	0.931
Varianza		0.881	0.643	0.966	0.667	0.798	0.867
Asimetría		-0.455	-1.152	0.23	-0.048	-0.562	-0.028
Error estándar de		0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161
Curtosis		-0.868	1.727	-0.417	-0.896	-0.83	-1.063
Error estándar de		0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		772	882	590	696	777	691

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4.5 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Tecnología

Casco antiguo de Sevilla, España		24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos	25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes	26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el casco antiguo, como los de riego en jardines para ahorrar agua	27.- En el centro de Sevilla hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito	28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito	29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante
N	Válido	228	228	228	228	228	228
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2.56	3.91	2.85	3.28	3.8	3.25
Error estándar de la		0.063	0.053	0.061	0.067	0.055	0.059
Mediana		2	4	3	4	4	3
Moda		2	4	2	4	4	4
Desviación estándar		0.953	0.797	0.927	1.019	0.835	0.897
Varianza		0.908	0.635	0.859	1.038	0.697	0.805
Asimetría		0.331	-0.999	0.368	-0.299	-1.037	-0.256
Error estándar de		0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161
Curtosis		-0.886	1.299	-0.702	-0.947	1.086	-0.77
Error estándar de		0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		584	892	650	747	867	741

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4.6 Estadísticos descriptivos de los ítems de la Accesibilidad

Casco antiguo de Sevilla, España		30.- En el casco antiguo hay suficientes rampas, señalética y semáforos para Personas con Discapacidad	31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas	32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del casco antiguo	33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad	34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos	35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad
N	Válido	228	228	228	228	228	228
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2.72	3.9	3.59	3.35	2.63	2.94
Error estándar de la		0.078	0.051	0.061	0.069	0.063	0.061
Mediana		2	4	4	4	2	3
Moda		2	4	4	4	2	2 ^a
Desviación estándar		1.184	0.776	0.927	1.049	0.951	0.92
Varianza		1.401	0.602	0.86	1.101	0.904	0.847
Asimetría		0.302	-1.022	-0.694	-0.465	0.374	0.011
Error estándar de		0.161	0.161	0.161	0.161	0.161	0.161
Curtosis		-1.107	1.493	-0.307	-0.728	-0.776	-0.86
Error estándar de		0.321	0.321	0.321	0.321	0.321	0.321
Rango		4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5
Suma		620	889	818	764	599	671

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

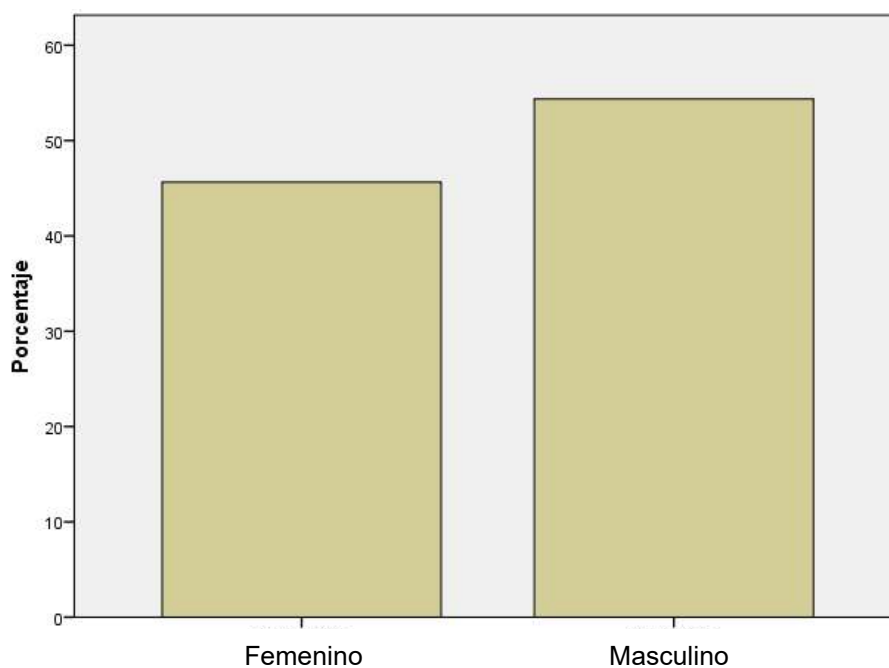
5. Tabla de frecuencias y gráficas del trabajo de campo

5.1 Centro histórico de Morelia, México.

a.- Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Femenino	89	45.6	45.6	45.6
	2) Masculino	106	54.4	54.4	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

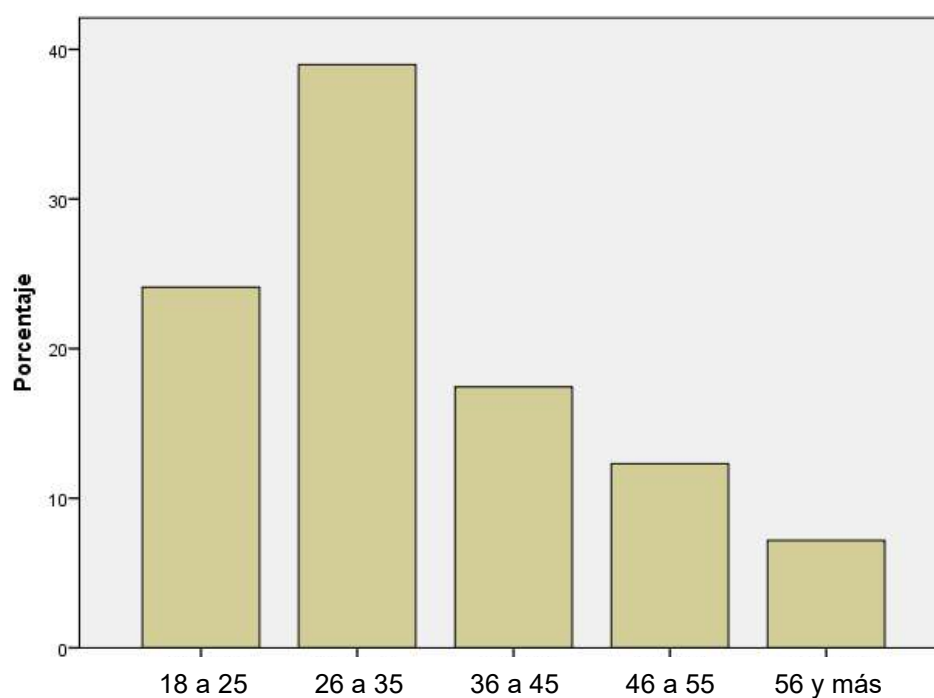


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

b.- Edad en años cumplidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) 18 a 25	47	24.1	24.1	24.1
	2) 26 a 35	76	39.0	39.0	63.1
	3) 36 a 45	34	17.4	17.4	80.5
	4) 46 a 55	24	12.3	12.3	92.8
	5) 56 y más	14	7.2	7.2	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

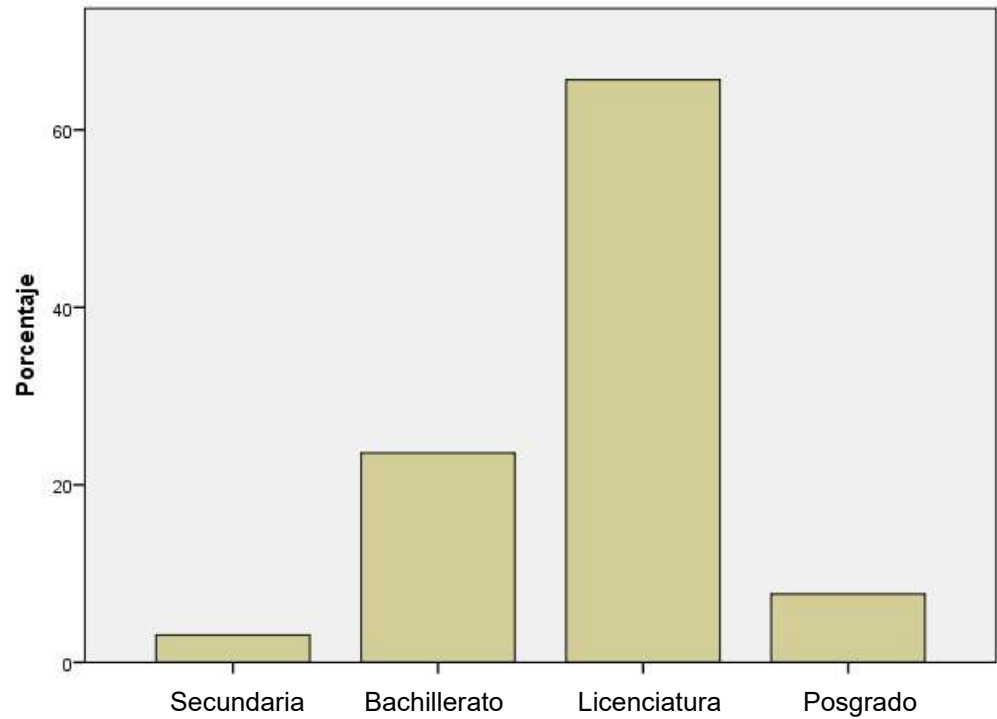


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

c.- Nivel de estudios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2) Secundaria	6	3.1	3.1	3.1
	3) Bachillerato	46	23.6	23.6	26.7
	4) Licenciatura	128	65.6	65.6	92.3
	5) Posgrado	15	7.7	7.7	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

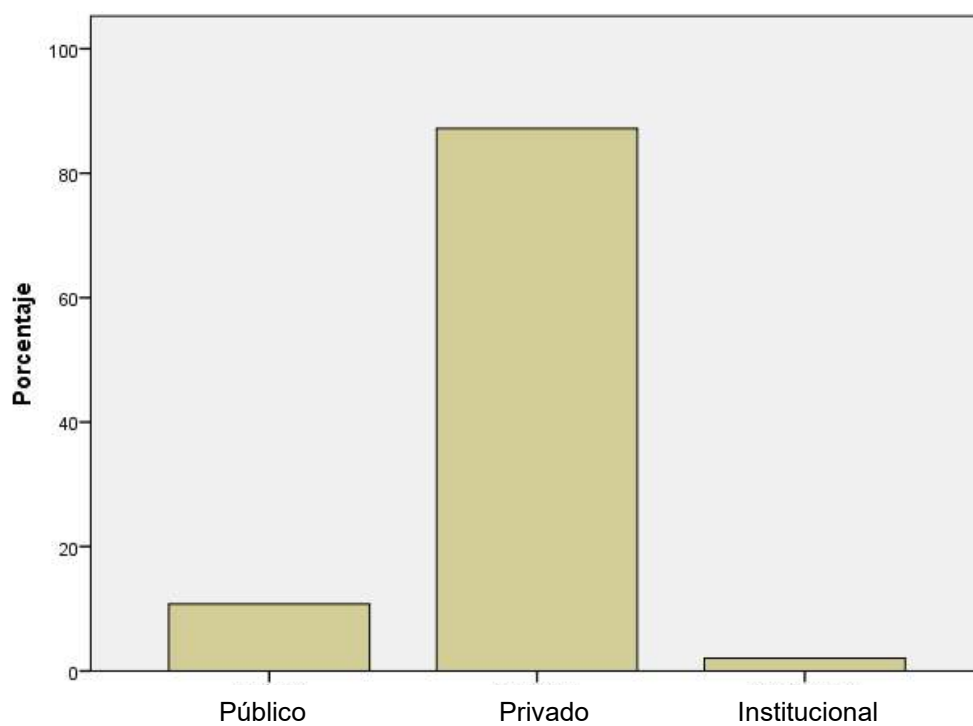


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

d.- Sector

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Público	21	10.8	10.8	10.8
	2) Privado	170	87.2	87.2	97.9
	3) Institucional	4	2.1	2.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

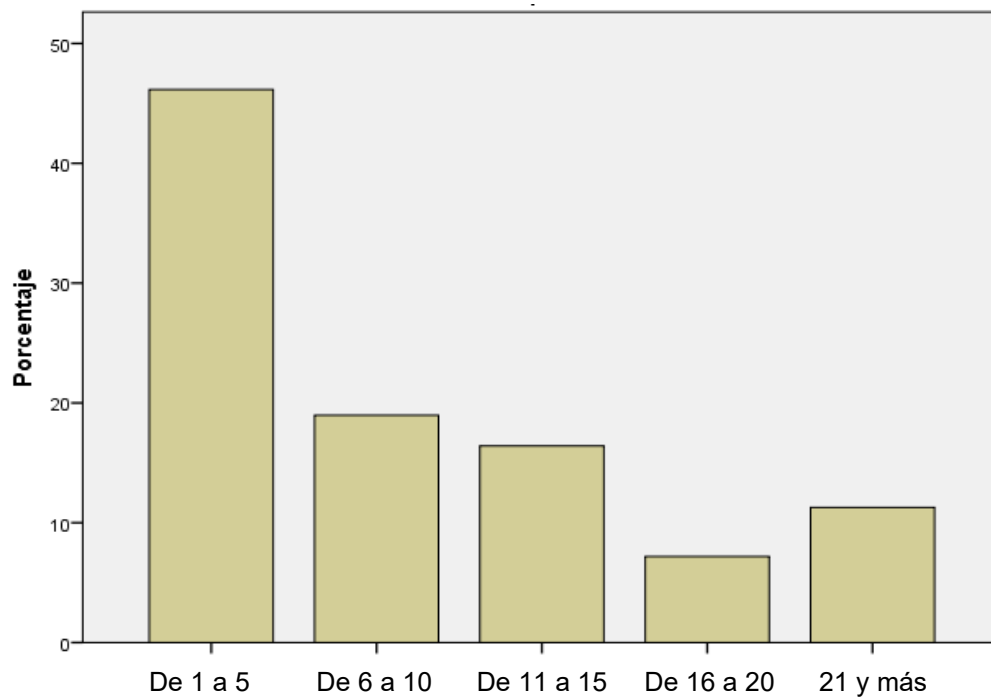


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

e.- Años de experiencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) De 1 a 5	90	46.2	46.2	46.2
	2) De 6 a 10	37	19.0	19.0	65.1
	3) De 11 a 15	32	16.4	16.4	81.5
	4) De 16 a 20	14	7.2	7.2	88.7
	5) 21 o más	22	11.3	11.3	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

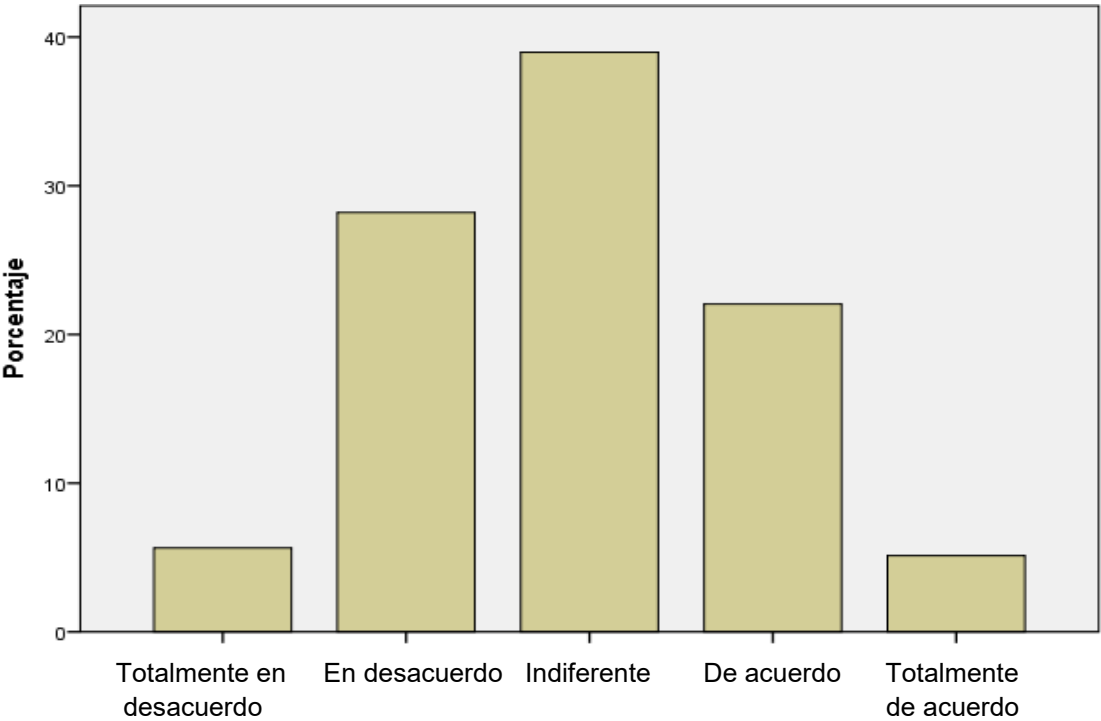


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

1.- La gobernanza en Morelia se da de manera óptima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	11	5.6	5.6	5.6
	2) En desacuerdo	55	28.2	28.2	33.8
	3) Indiferente	76	39.0	39.0	72.8
	4) De acuerdo	43	22.1	22.1	94.9
	5) Totalmente de acuerdo	10	5.1	5.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

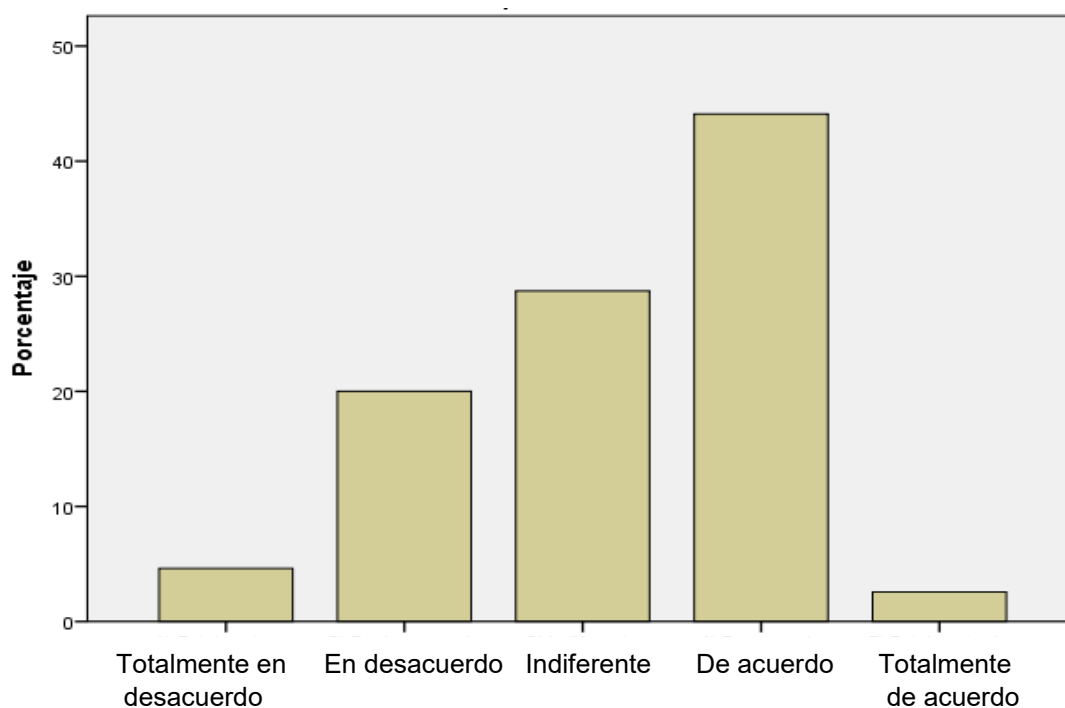


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

2.- La sostenibilidad está presente en el centro histórico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	9	4.6	4.6	4.6
	2) En desacuerdo	39	20.0	20.0	24.6
	3) Indiferente	56	28.7	28.7	53.3
	4) De acuerdo	86	44.1	44.1	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	5	2.6	2.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

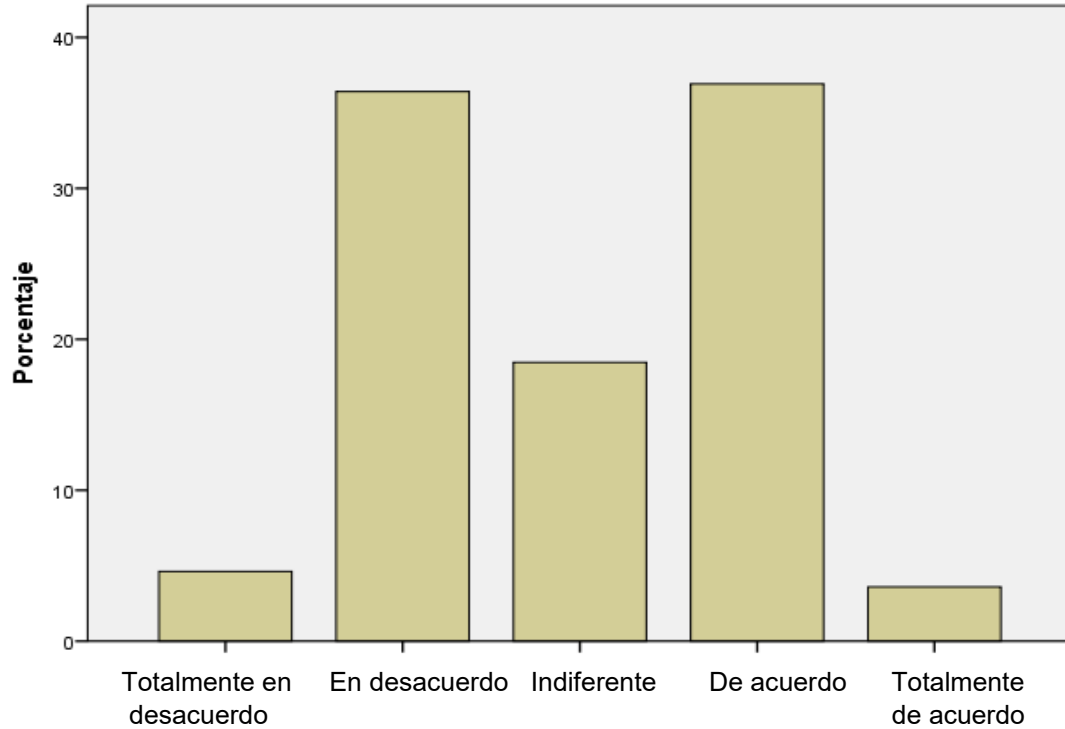


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

3.- La innovación es visible en el ramo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	9	4.6	4.6	4.6
	2) En desacuerdo	71	36.4	36.4	41.0
	3) Indiferente	36	18.5	18.5	59.5
	4) De acuerdo	72	36.9	36.9	96.4
	5) Totalmente de acuerdo	7	3.6	3.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

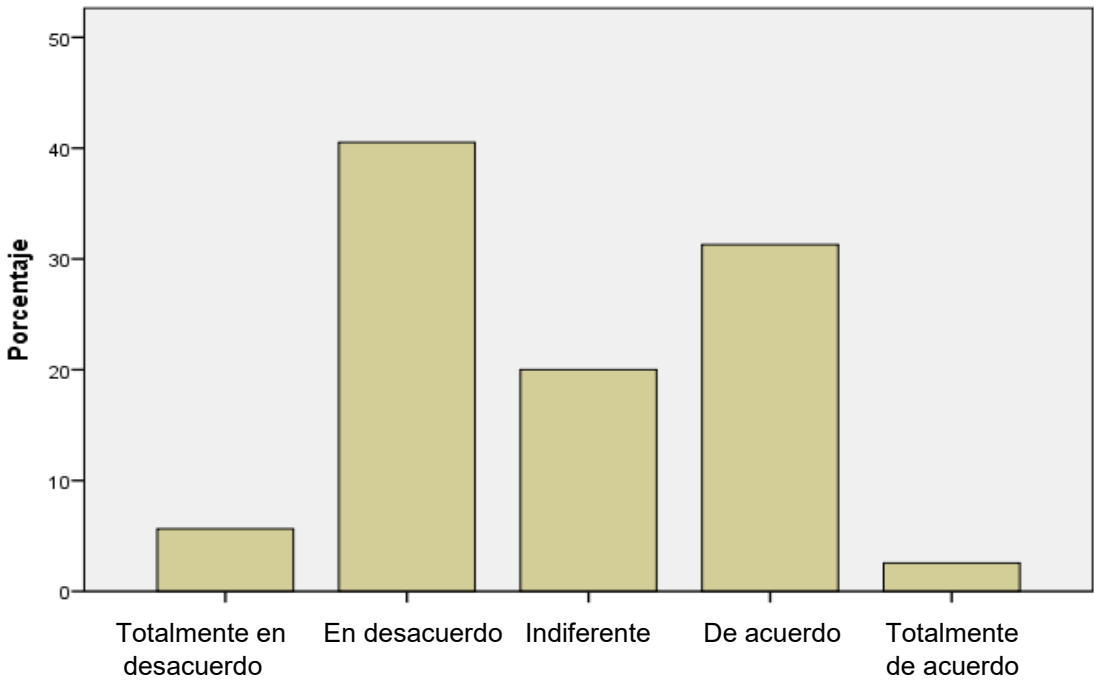


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	11	5.6	5.6	5.6
	2) En desacuerdo	79	40.5	40.5	46.2
	3) Indiferente	39	20.0	20.0	66.2
	4) De acuerdo	61	31.3	31.3	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	5	2.6	2.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

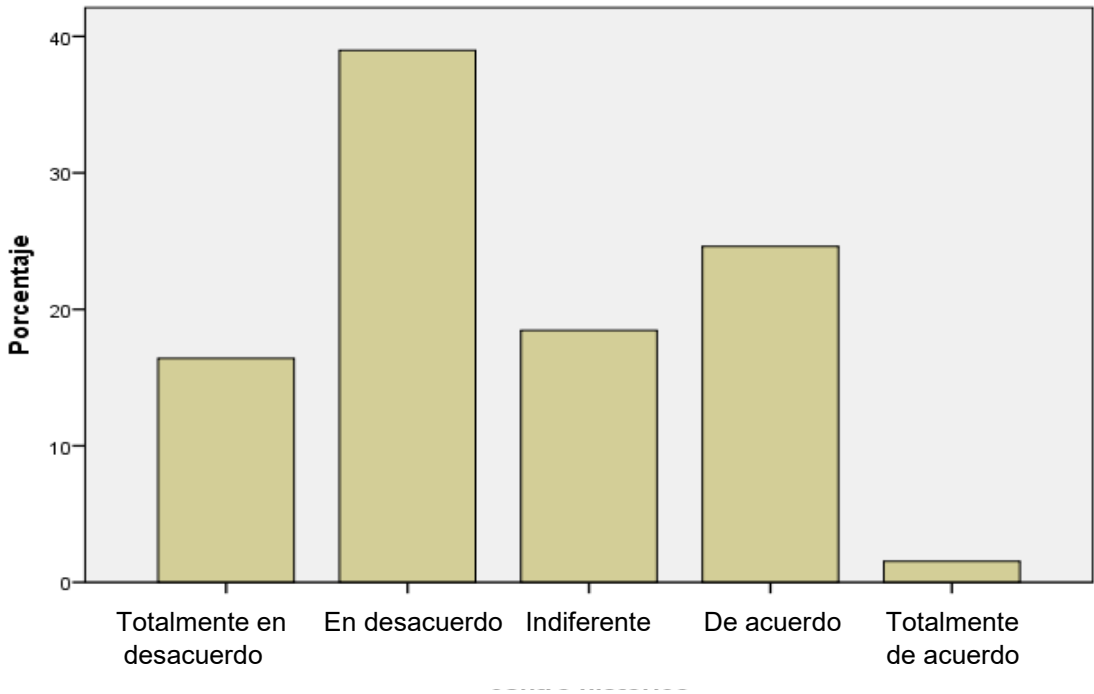


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en todo el centro histórico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	32	16.4	16.4	16.4
	2) En desacuerdo	76	39.0	39.0	55.4
	3) Indiferente	36	18.5	18.5	73.8
	4) De acuerdo	48	24.6	24.6	98.5
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.5	1.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

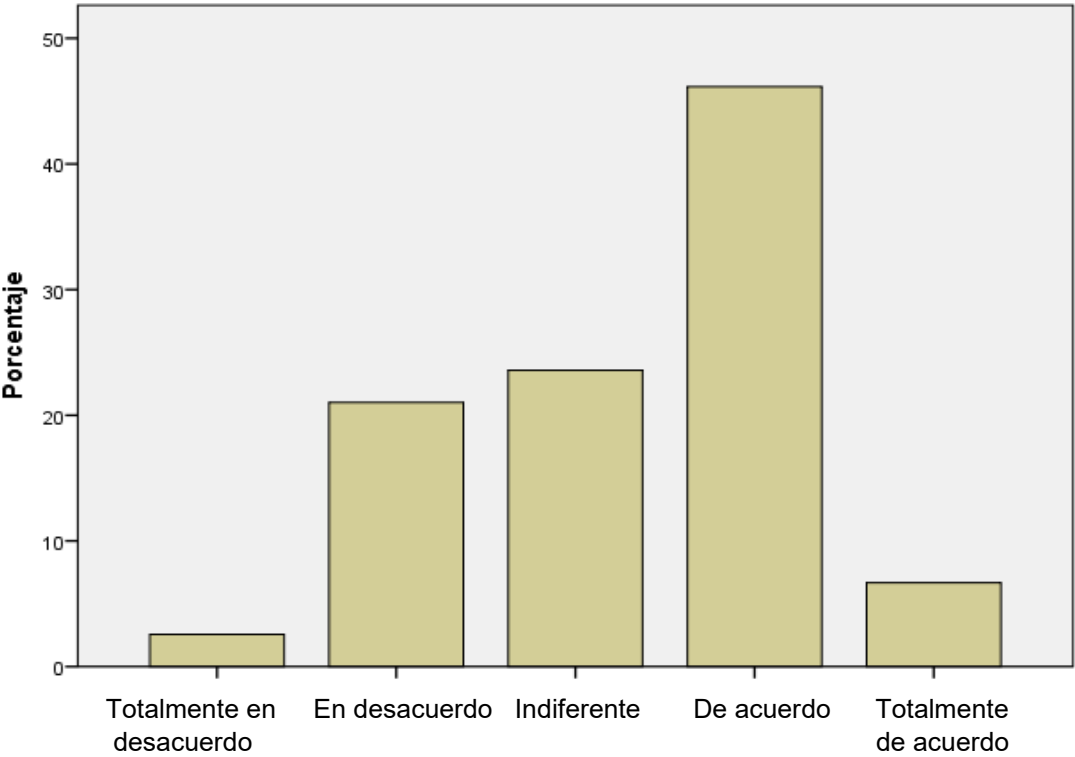


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

6.- En Morelia se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	5	2.6	2.6	2.6
	2) En desacuerdo	41	21.0	21.0	23.6
	3) Indiferente	46	23.6	23.6	47.2
	4) De acuerdo	90	46.2	46.2	93.3
	5) Totalmente de acuerdo	13	6.7	6.7	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

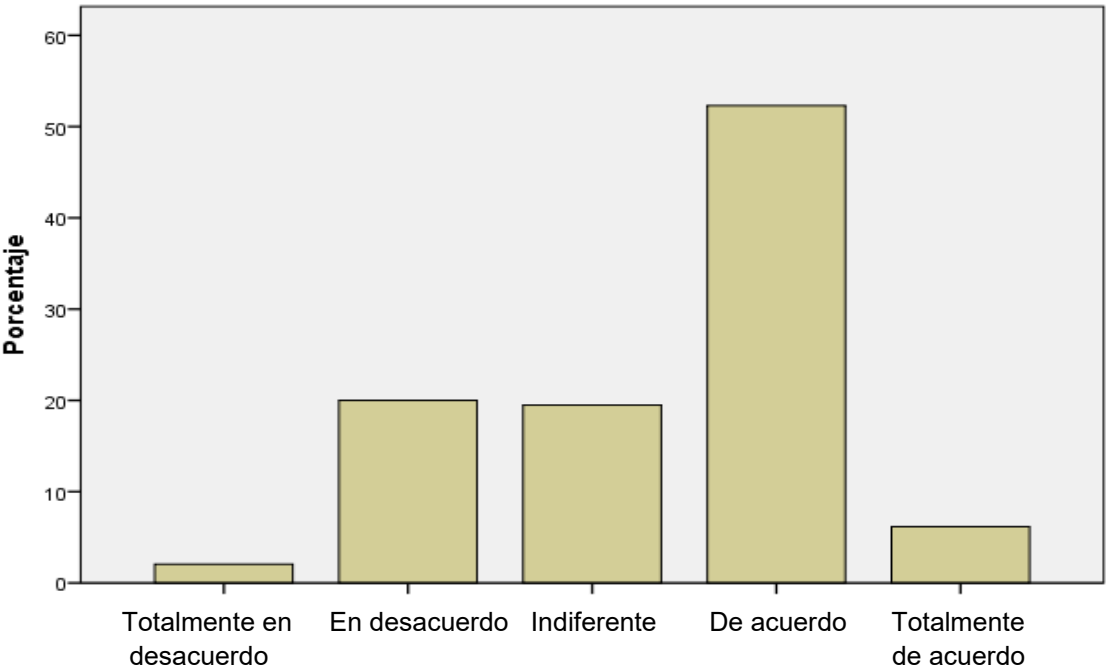


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	4	2.1	2.1	2.1
	2) En desacuerdo	39	20.0	20.0	22.1
	3) Indiferente	38	19.5	19.5	41.5
	4) De acuerdo	102	52.3	52.3	93.8
	5) Totalmente de acuerdo	12	6.2	6.2	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

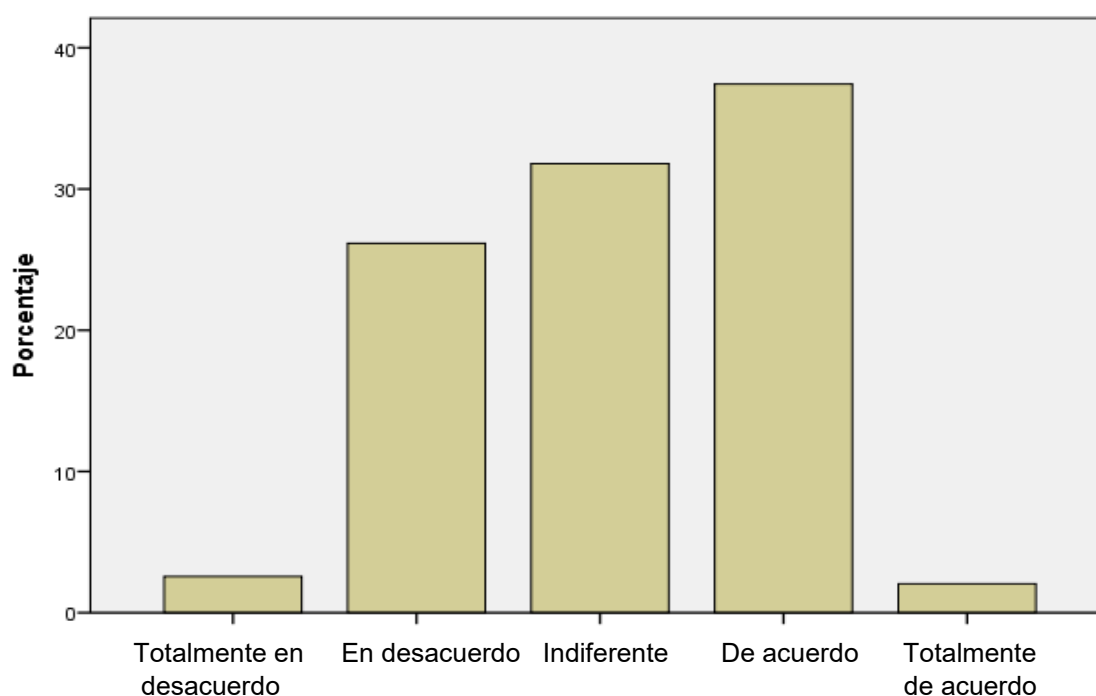


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	5	2.6	2.6	2.6
	2) En desacuerdo	51	26.2	26.2	28.7
	3) Indiferente	62	31.8	31.8	60.5
	4) De acuerdo	73	37.4	37.4	97.9
	5) Totalmente de acuerdo	4	2.1	2.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

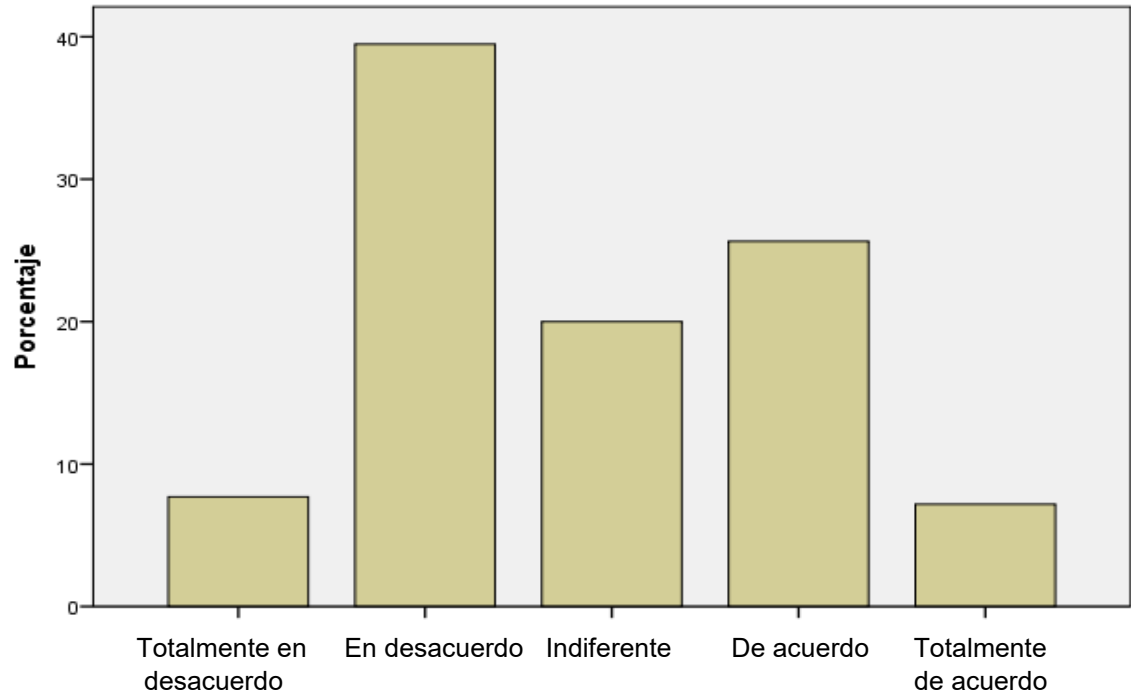


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	15	7.7	7.7	7.7
	2) En desacuerdo	77	39.5	39.5	47.2
	3) Indiferente	39	20.0	20.0	67.2
	4) De acuerdo	50	25.6	25.6	92.8
	5) Totalmente de acuerdo	14	7.2	7.2	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

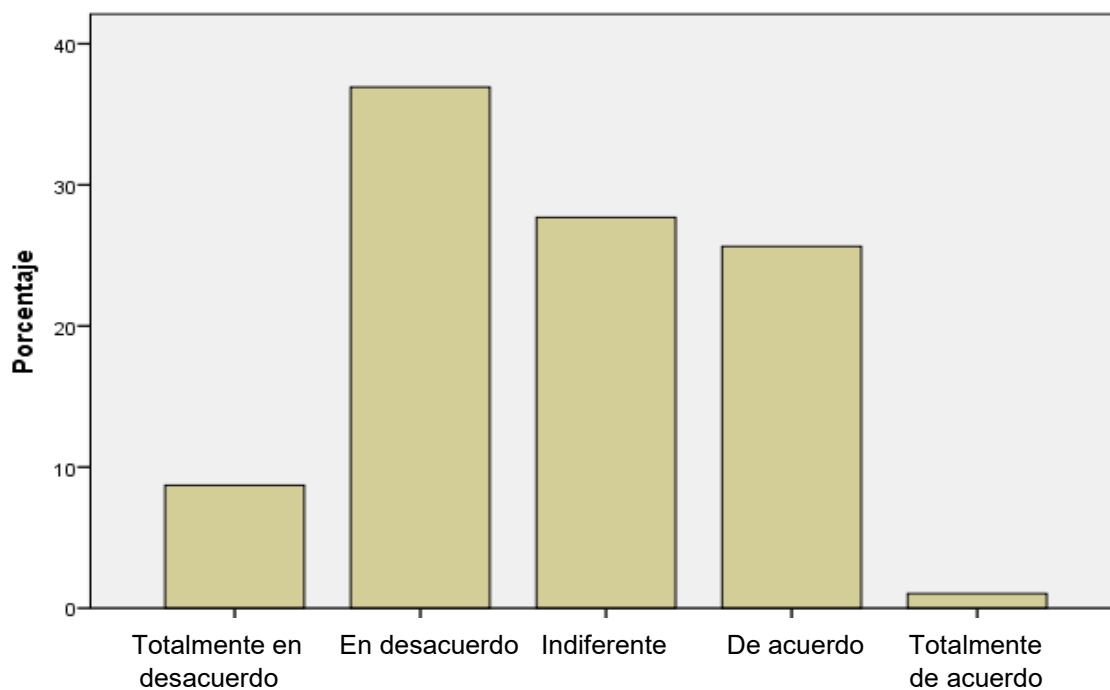


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

10.- La calidad de vida en el centro de Morelia es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	17	8.7	8.7	8.7
	2) En desacuerdo	72	36.9	36.9	45.6
	3) Indiferente	54	27.7	27.7	73.3
	4) De acuerdo	50	25.6	25.6	99.0
	5) Totalmente de acuerdo	2	1.0	1.0	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

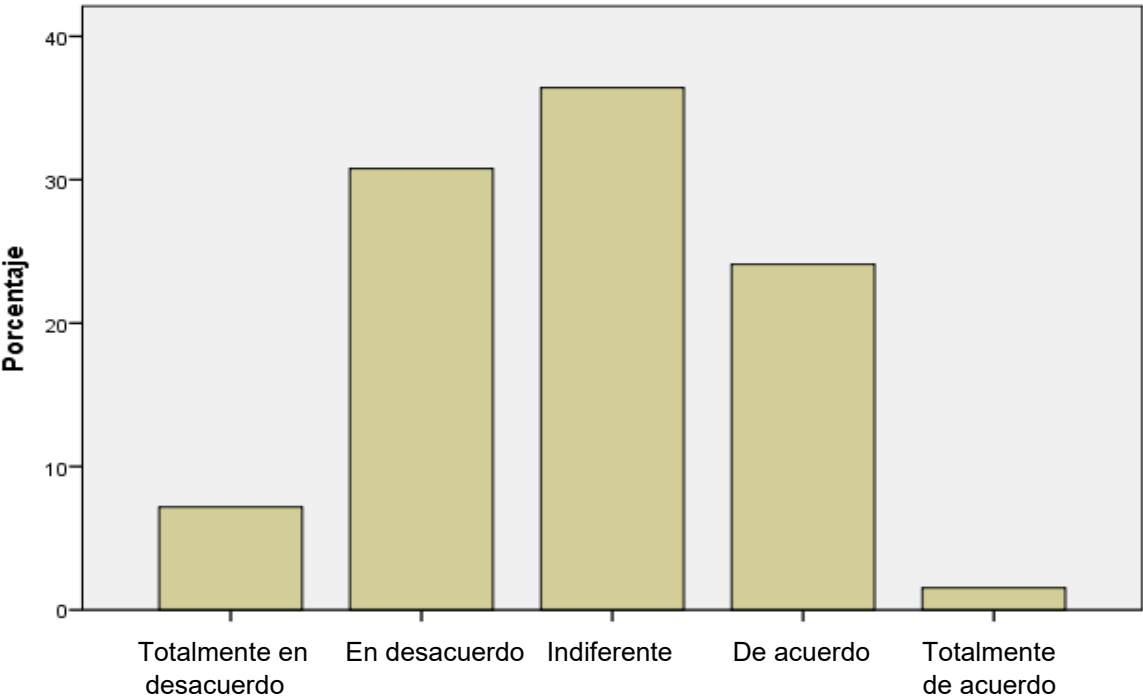


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	14	7.2	7.2	7.2
	2) En desacuerdo	60	30.8	30.8	37.9
	3) Indiferente	71	36.4	36.4	74.4
	4) De acuerdo	47	24.1	24.1	98.5
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.5	1.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

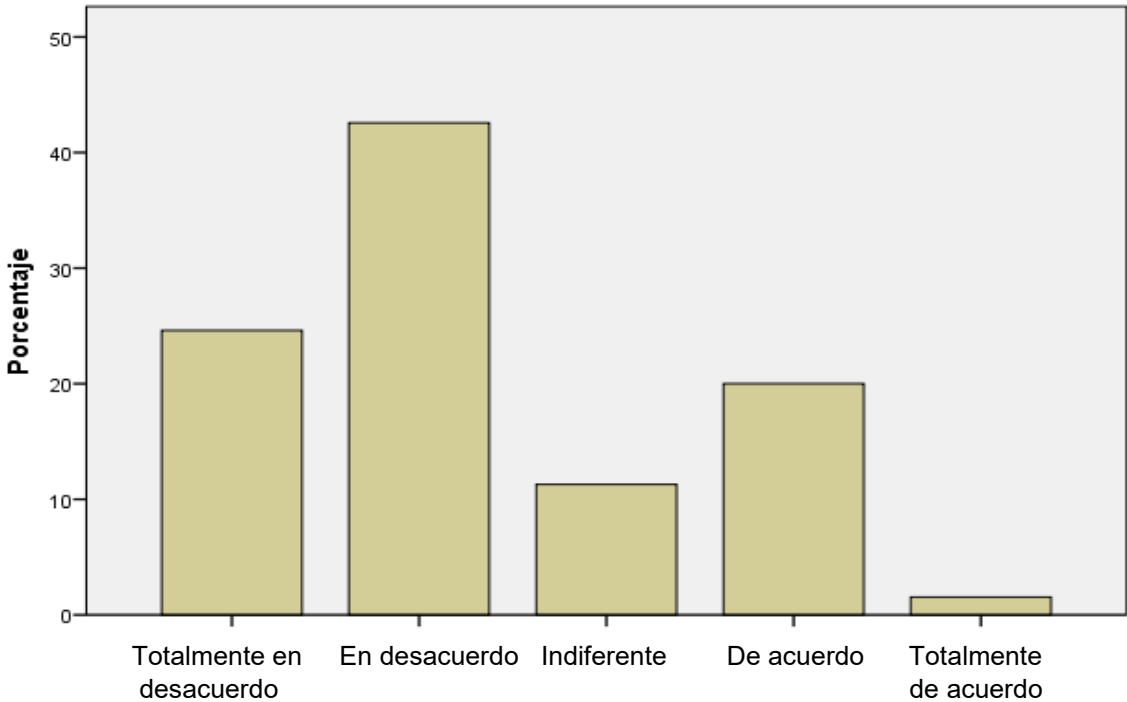


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

12.- Los botes de basura en el área patrimonial son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	48	24.6	24.6	24.6
	2) En desacuerdo	83	42.6	42.6	67.2
	3) Indiferente	22	11.3	11.3	78.5
	4) De acuerdo	39	20.0	20.0	98.5
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.5	1.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

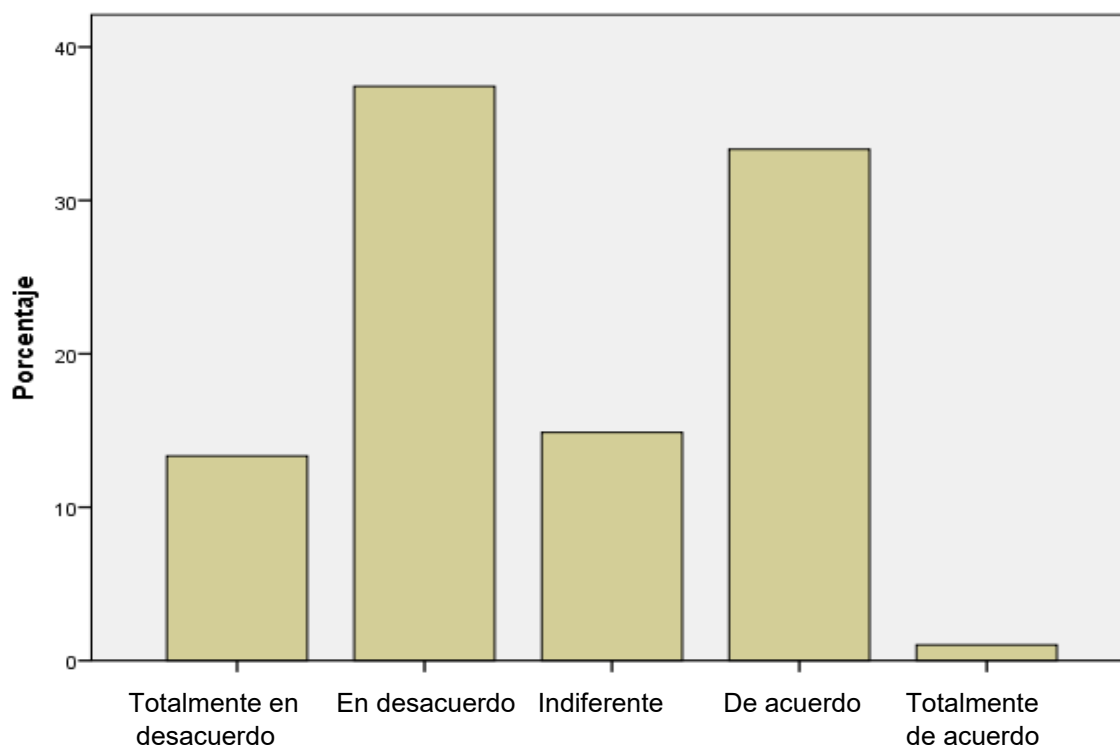


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	26	13.3	13.3	13.3
	2) En desacuerdo	73	37.4	37.4	50.8
	3) Indiferente	29	14.9	14.9	65.6
	4) De acuerdo	65	33.3	33.3	99.0
	5) Totalmente de acuerdo	2	1.0	1.0	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

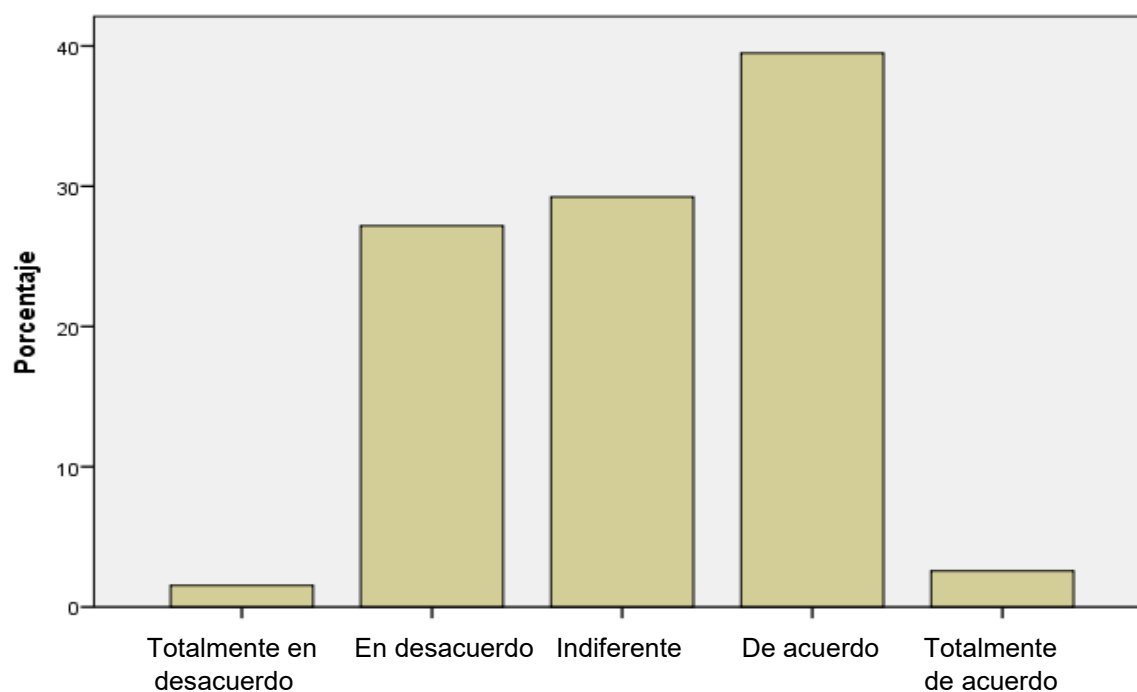


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del centro histórico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	3	1.5	1.5	1.5
	2) En desacuerdo	53	27.2	27.2	28.7
	3) Indiferente	57	29.2	29.2	57.9
	4) De acuerdo	77	39.5	39.5	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	5	2.6	2.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

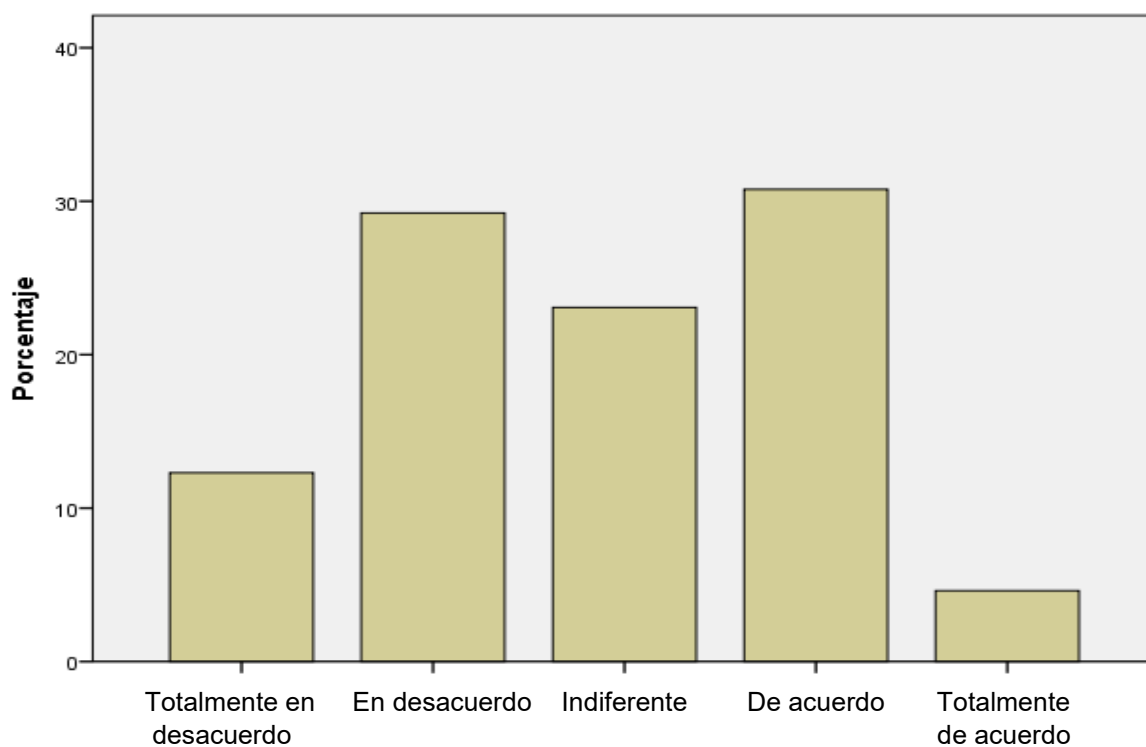


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los morelianos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	24	12.3	12.3	12.3
	2) En desacuerdo	57	29.2	29.2	41.5
	3) Indiferente	45	23.1	23.1	64.6
	4) De acuerdo	60	30.8	30.8	95.4
	5) Totalmente de acuerdo	9	4.6	4.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

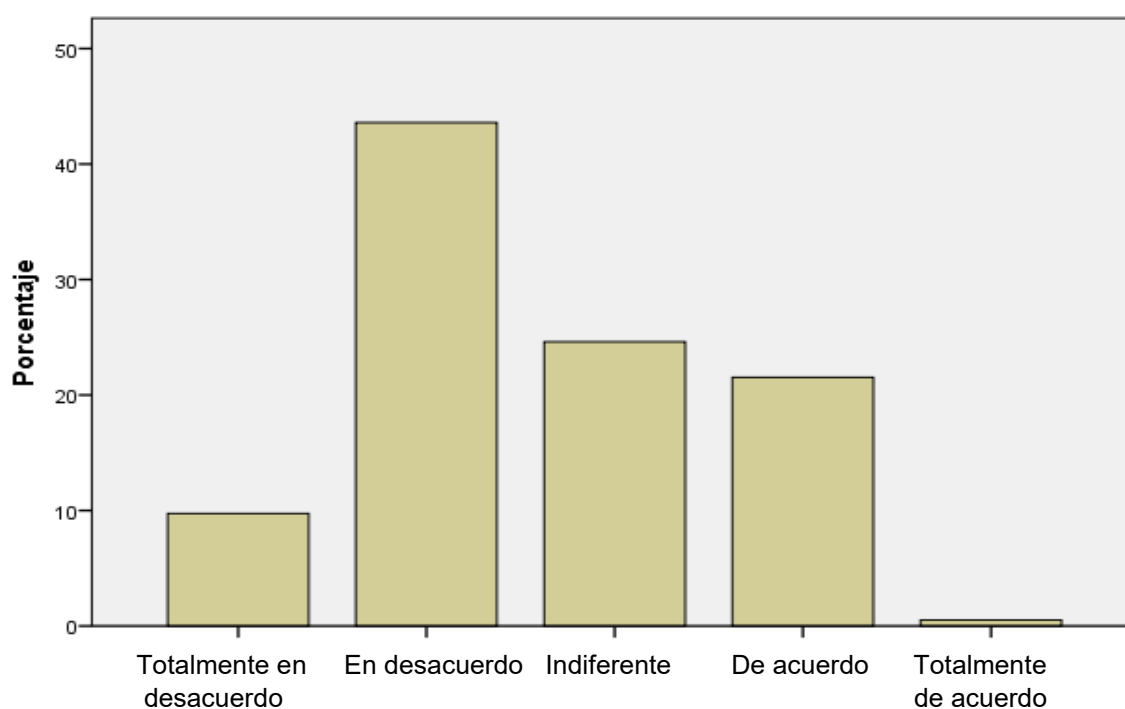


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	19	9.7	9.7	9.7
	2) En desacuerdo	85	43.6	43.6	53.3
	3) Indiferente	48	24.6	24.6	77.9
	4) De acuerdo	42	21.5	21.5	99.5
	5) Totalmente de acuerdo	1	0.5	0.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

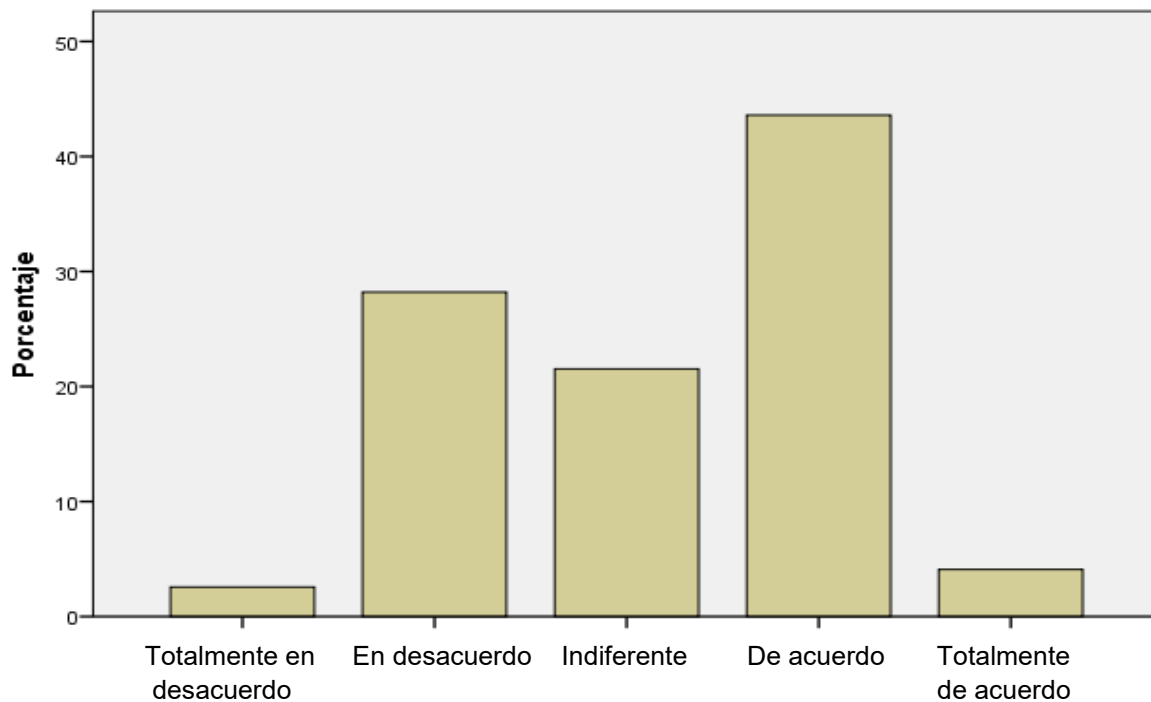


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro histórico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	5	2.6	2.6	2.6
	2) En desacuerdo	55	28.2	28.2	30.8
	3) Indiferente	42	21.5	21.5	52.3
	4) De acuerdo	85	43.6	43.6	95.9
	5) Totalmente de acuerdo	8	4.1	4.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

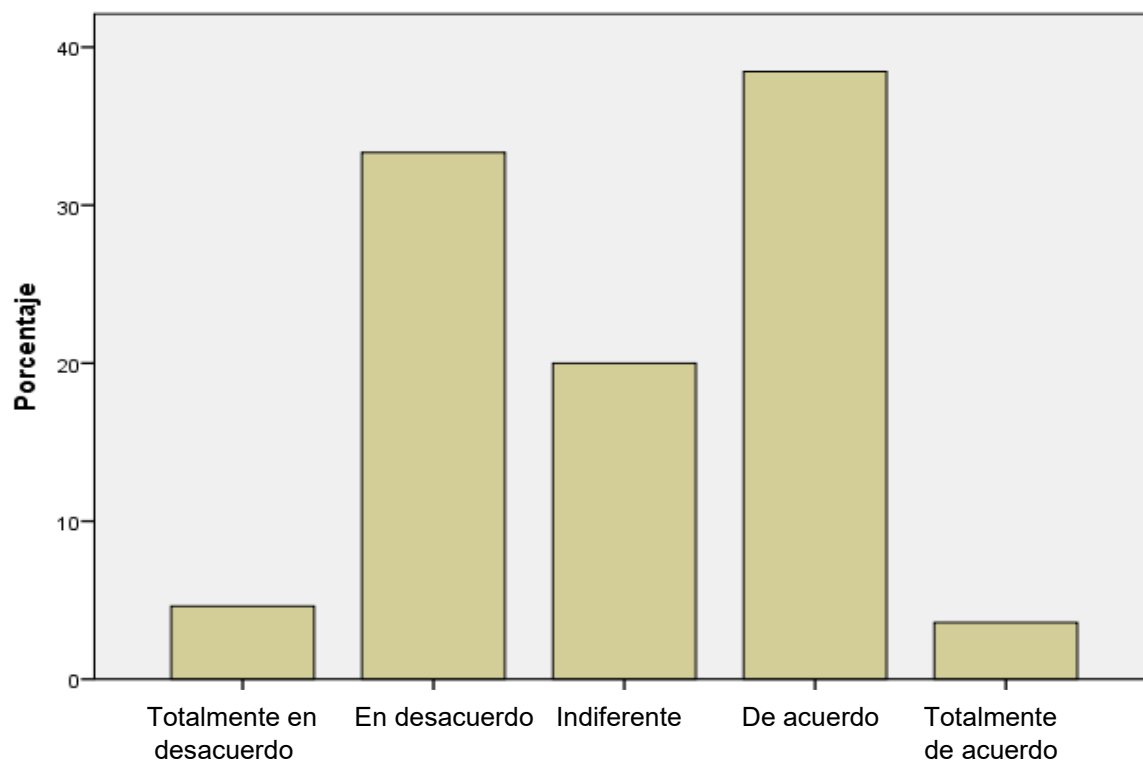


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

18.- La forma en que se comercializa Morelia hacia afuera es innovadora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	9	4.6	4.6	4.6
	2) En desacuerdo	65	33.3	33.3	37.9
	3) Indiferente	39	20.0	20.0	57.9
	4) De acuerdo	75	38.5	38.5	96.4
	5) Totalmente de acuerdo	7	3.6	3.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

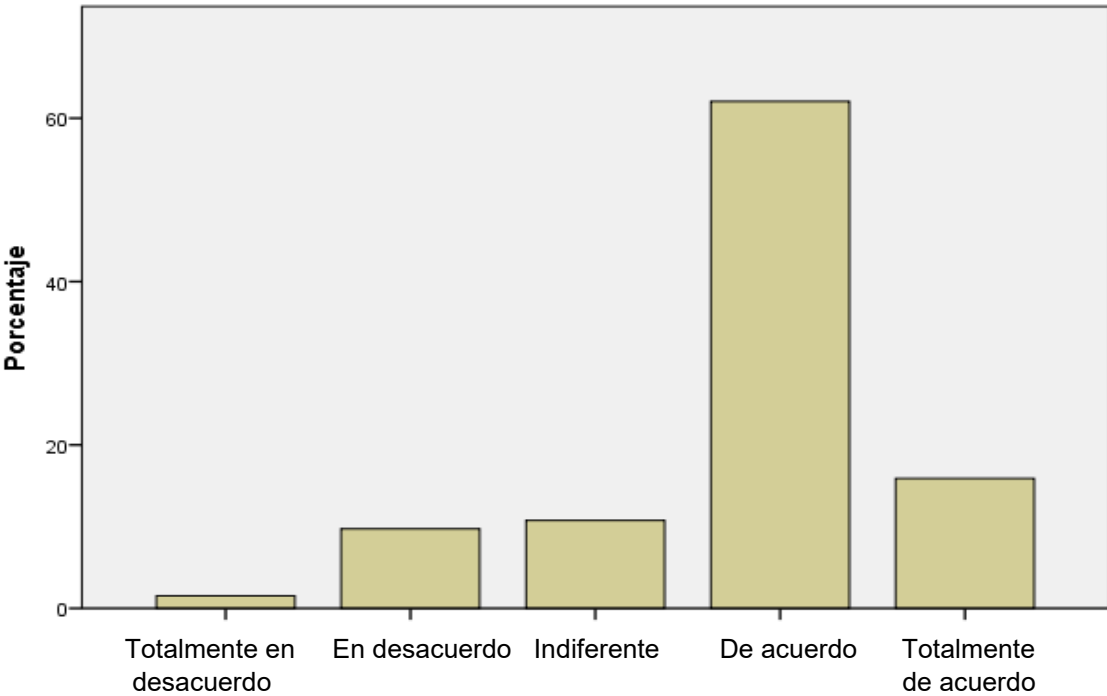


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

19.- Las redes sociales han ayudado a que el moreliano se integre a eventos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	3	1.5	1.5	1.5
	2) En desacuerdo	19	9.7	9.7	11.3
	3) Indiferente	21	10.8	10.8	22.1
	4) De acuerdo	121	62.1	62.1	84.1
	5) Totalmente de acuerdo	31	15.9	15.9	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

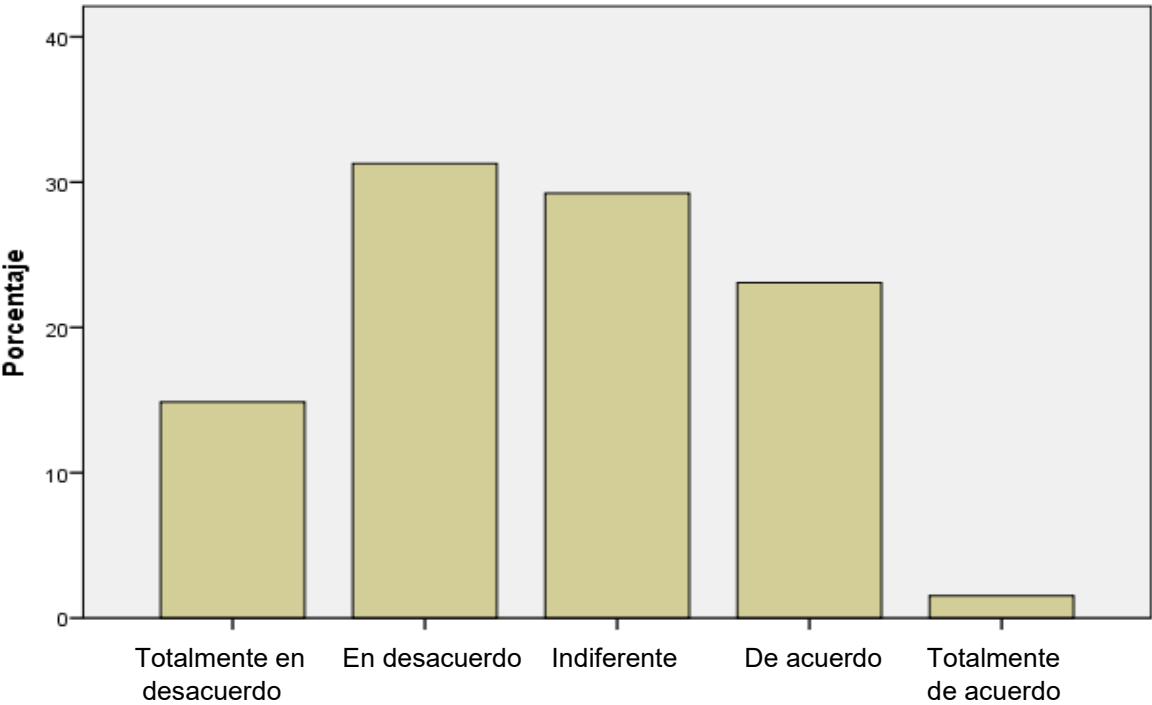


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	29	14.9	14.9	14.9
	2) En desacuerdo	61	31.3	31.3	46.2
	3) Indiferente	57	29.2	29.2	75.4
	4) De acuerdo	45	23.1	23.1	98.5
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.5	1.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

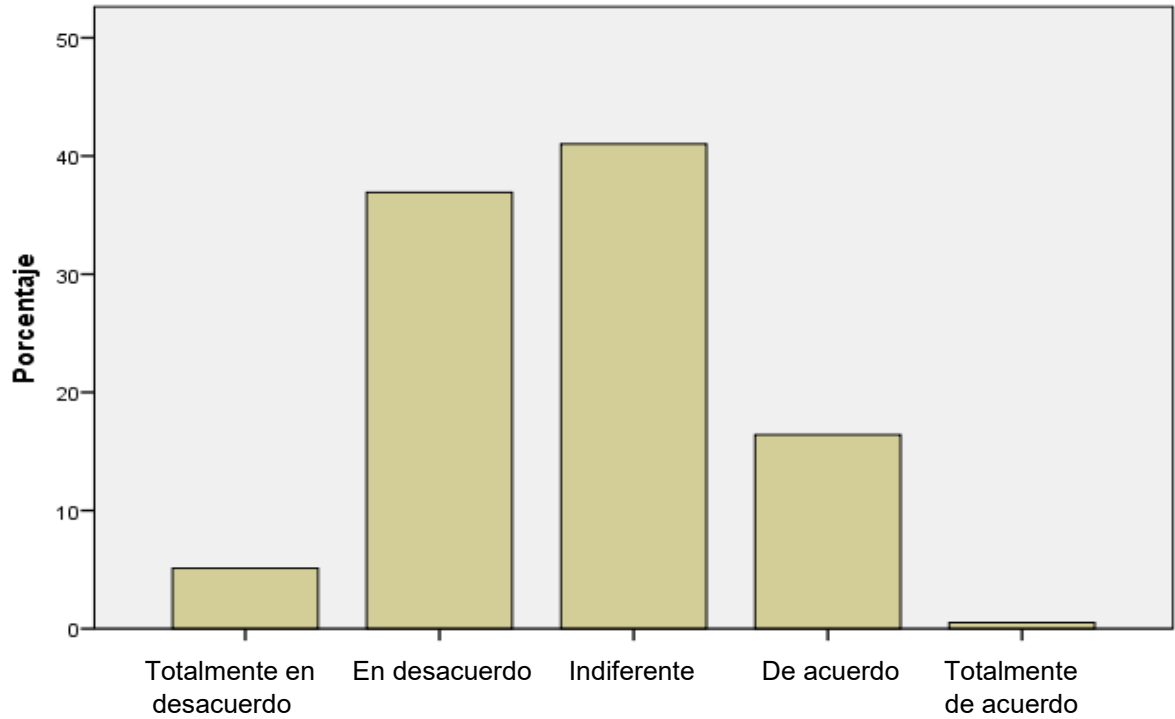


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	10	5.1	5.1	5.1
	2) En desacuerdo	72	36.9	36.9	42.1
	3) Indiferente	80	41.0	41.0	83.1
	4) De acuerdo	32	16.4	16.4	99.5
	5) Totalmente de acuerdo	1	0.5	0.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

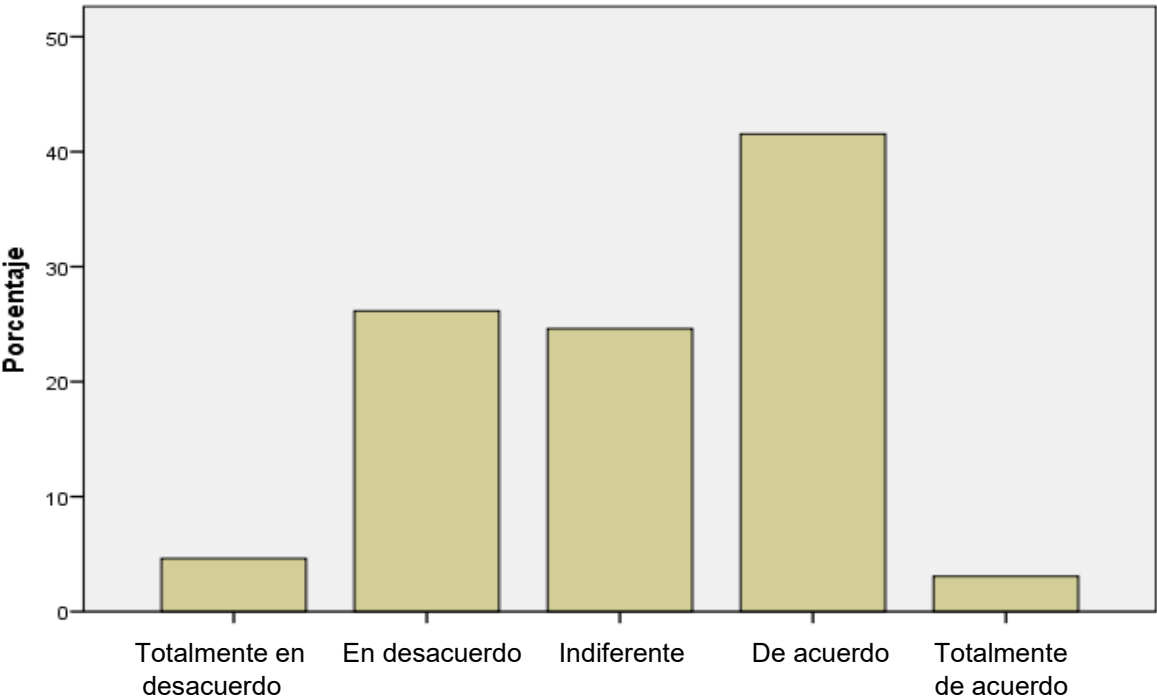


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Morelia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	9	4.6	4.6	4.6
	2) En desacuerdo	51	26.2	26.2	30.8
	3) Indiferente	48	24.6	24.6	55.4
	4) De acuerdo	81	41.5	41.5	96.9
	5) Totalmente de acuerdo	6	3.1	3.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

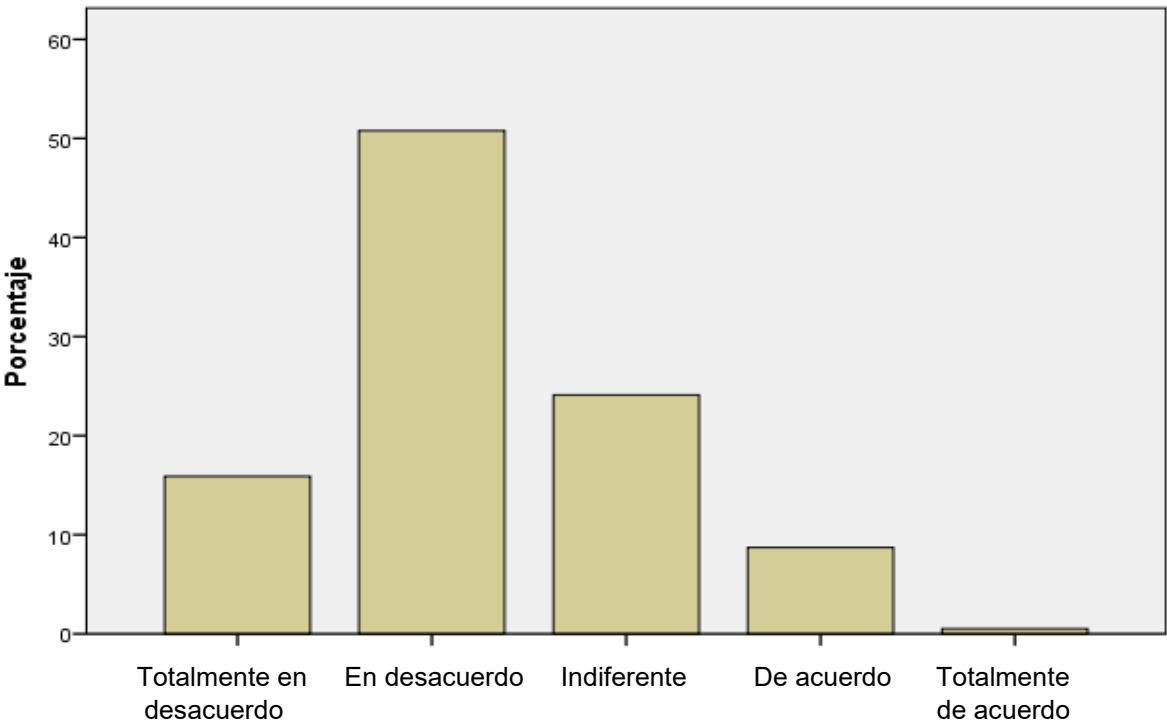


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	31	15.9	15.9	15.9
	2) En desacuerdo	99	50.8	50.8	66.7
	3) Indiferente	47	24.1	24.1	90.8
	4) De acuerdo	17	8.7	8.7	99.5
	5) Totalmente de acuerdo	1	.5	.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

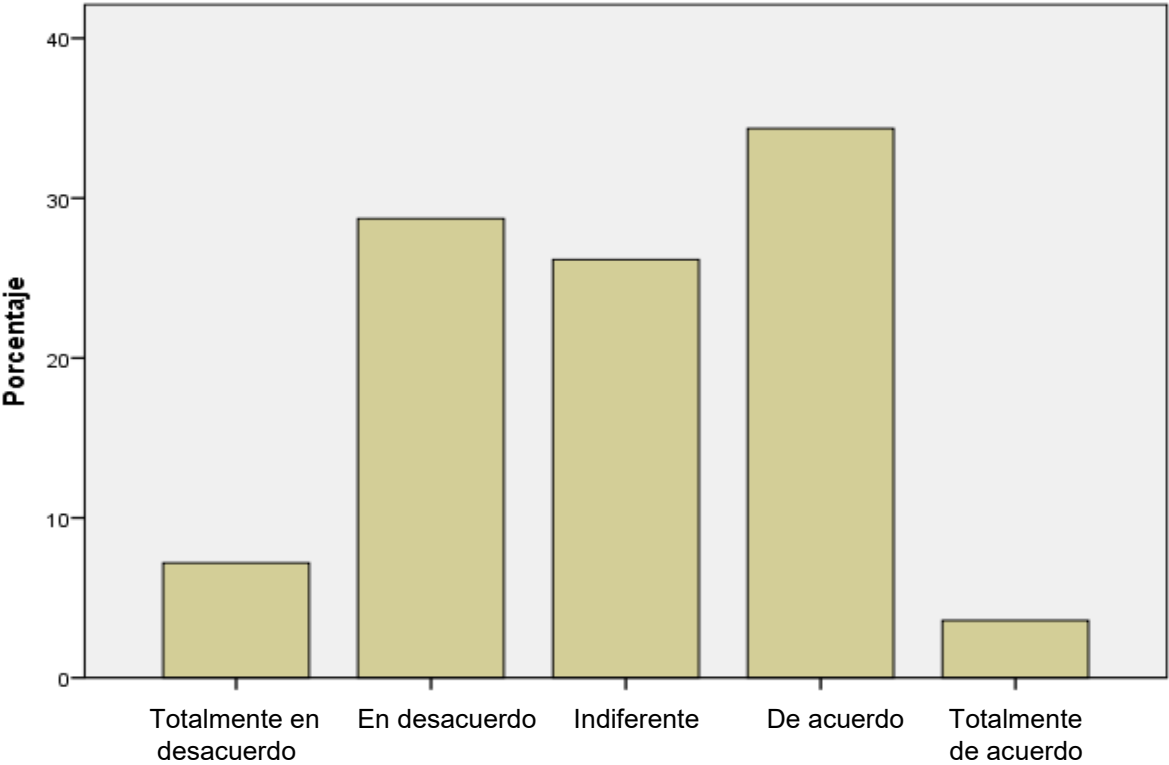


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	14	7.2	7.2	7.2
	2) En desacuerdo	56	28.7	28.7	35.9
	3) Indiferente	51	26.2	26.2	62.1
	4) De acuerdo	67	34.4	34.4	96.4
	5) Totalmente de acuerdo	7	3.6	3.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

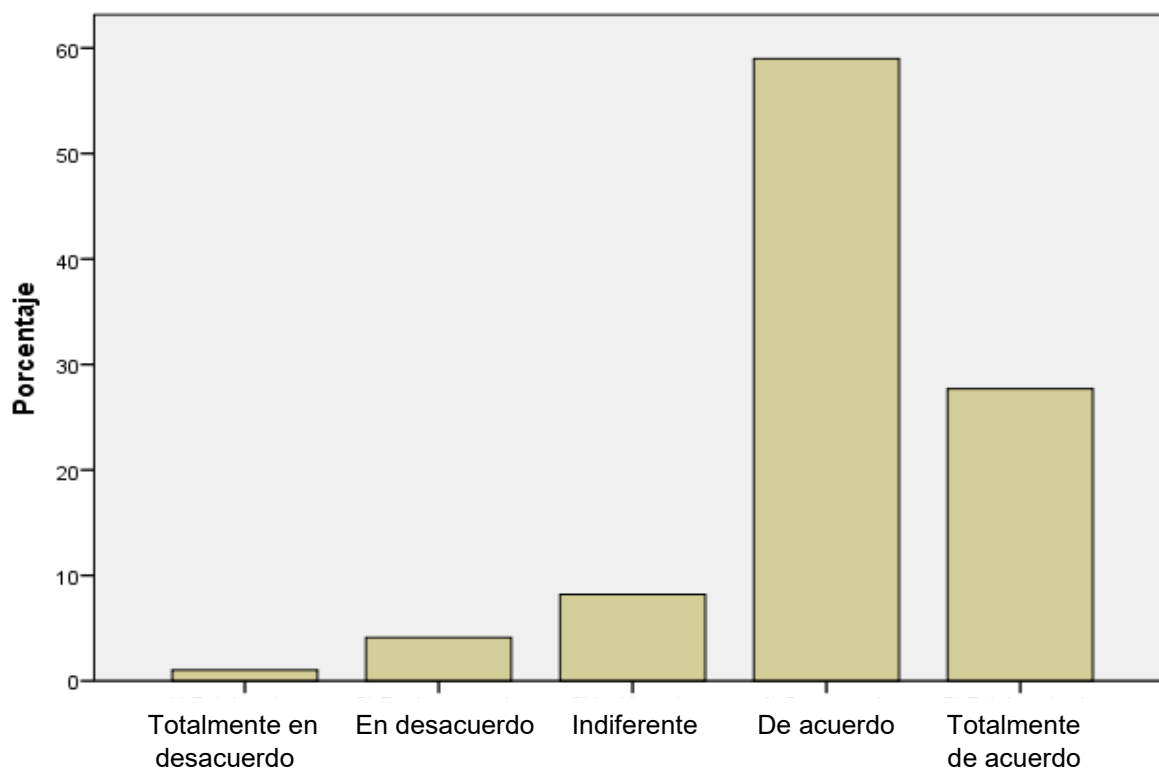


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	2	1.0	1.0	1.0
	2) En desacuerdo	8	4.1	4.1	5.1
	3) Indiferente	16	8.2	8.2	13.3
	4) De acuerdo	115	59.0	59.0	72.3
	5) Totalmente de acuerdo	54	27.7	27.7	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

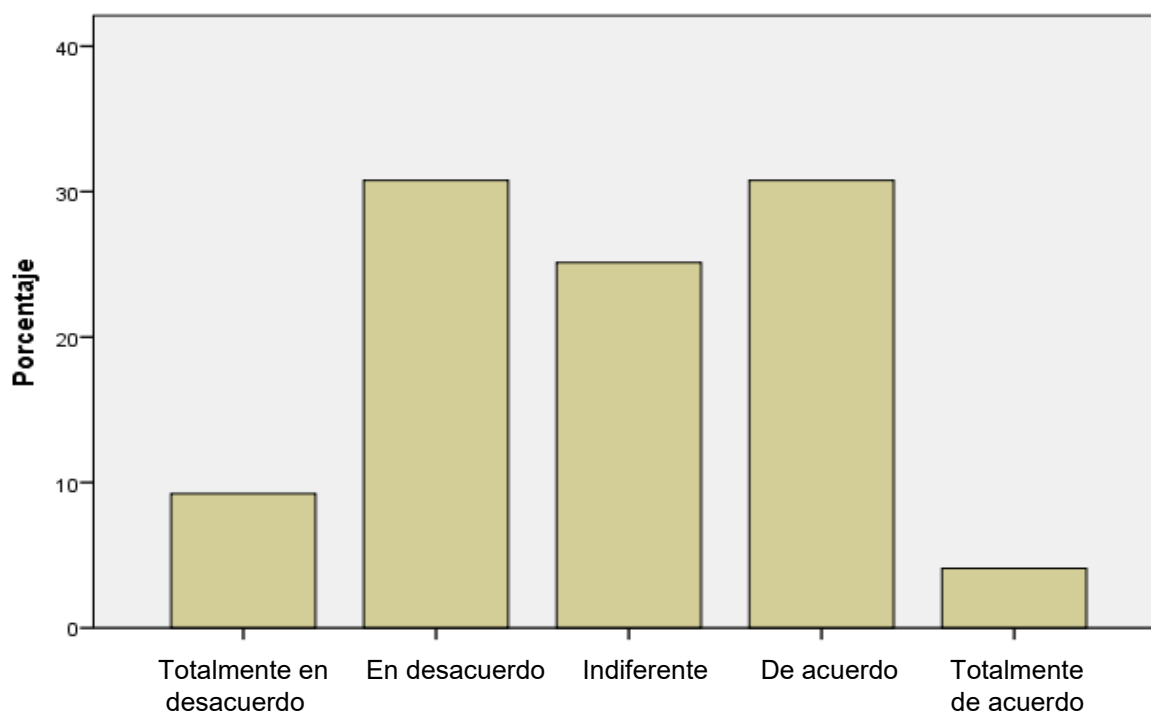


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el área patrimonial, como los de riego en jardines para ahorrar agua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	18	9.2	9.2	9.2
	2) En desacuerdo	60	30.8	30.8	40.0
	3) Indiferente	49	25.1	25.1	65.1
	4) De acuerdo	60	30.8	30.8	95.9
	5) Totalmente de acuerdo	8	4.1	4.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

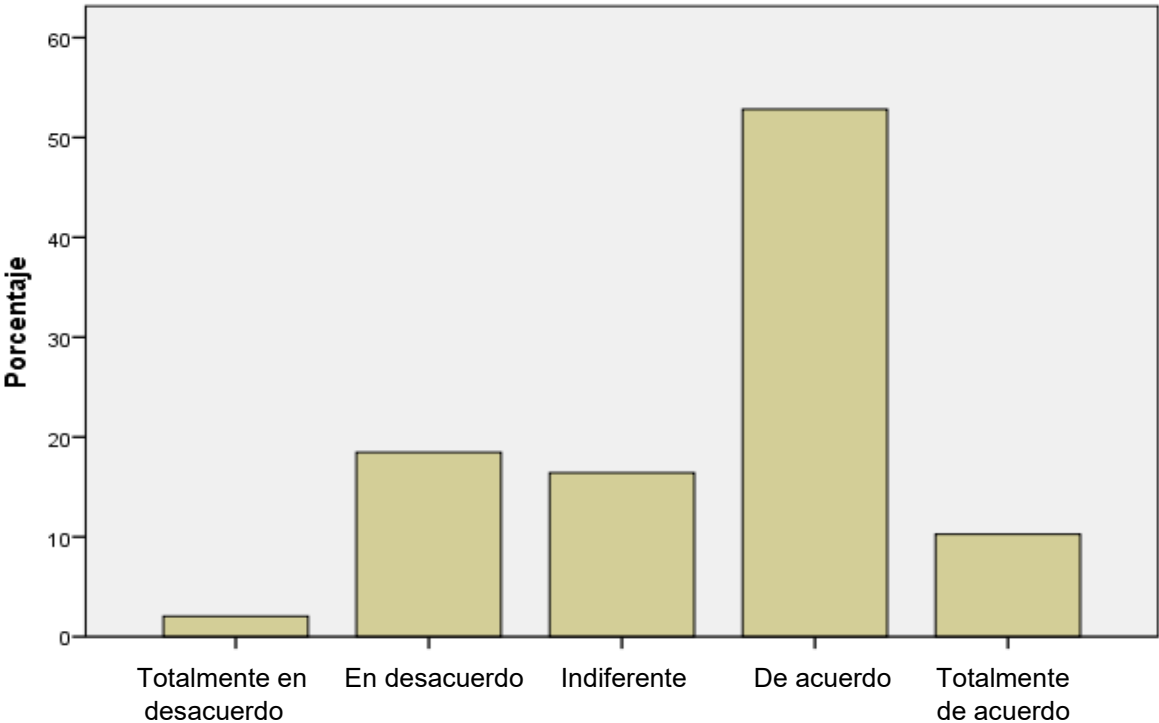


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

27.- En el centro de Morelia hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	4	2.1	2.1	2.1
	2) En desacuerdo	36	18.5	18.5	20.5
	3) Indiferente	32	16.4	16.4	36.9
	4) De acuerdo	103	52.8	52.8	89.7
	5) Totalmente de acuerdo	20	10.3	10.3	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

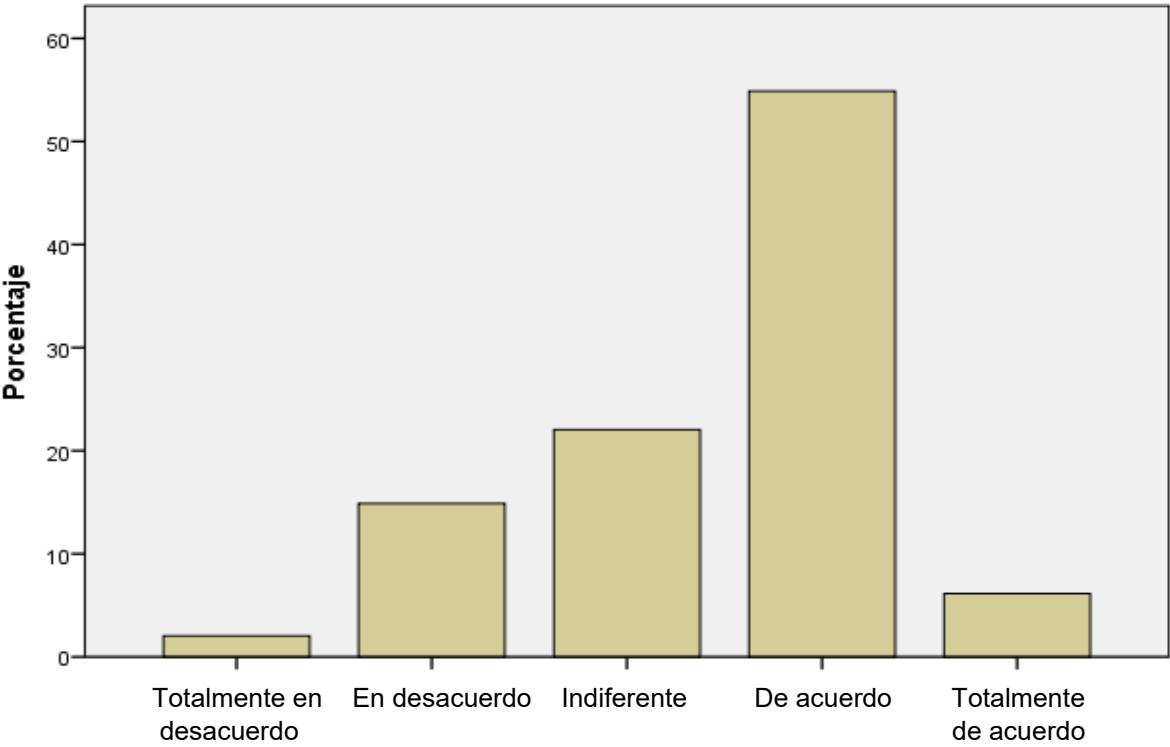


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	4	2.1	2.1	2.1
	2) En desacuerdo	29	14.9	14.9	16.9
	3) Indiferente	43	22.1	22.1	39.0
	4) De acuerdo	107	54.9	54.9	93.8
	5) Totalmente de acuerdo	12	6.2	6.2	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

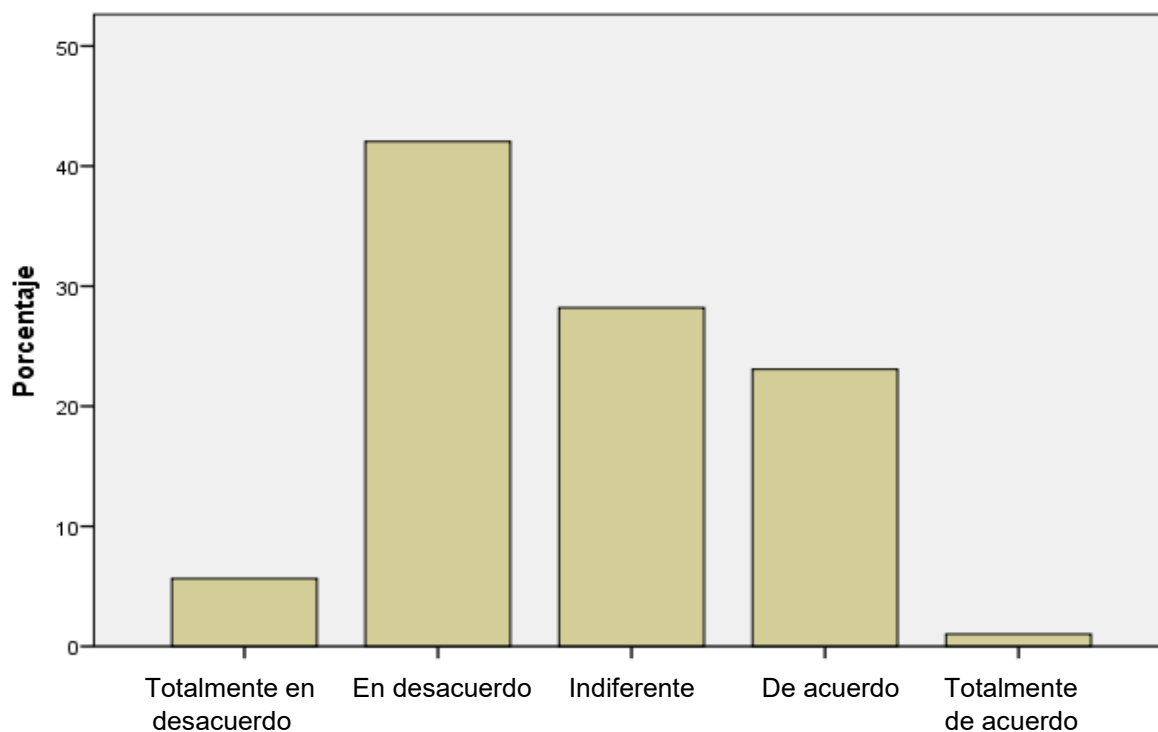


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	11	5.6	5.6	5.6
	2) En desacuerdo	82	42.1	42.1	47.7
	3) Indiferente	55	28.2	28.2	75.9
	4) De acuerdo	45	23.1	23.1	99.0
	5) Totalmente de acuerdo	2	1.0	1.0	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

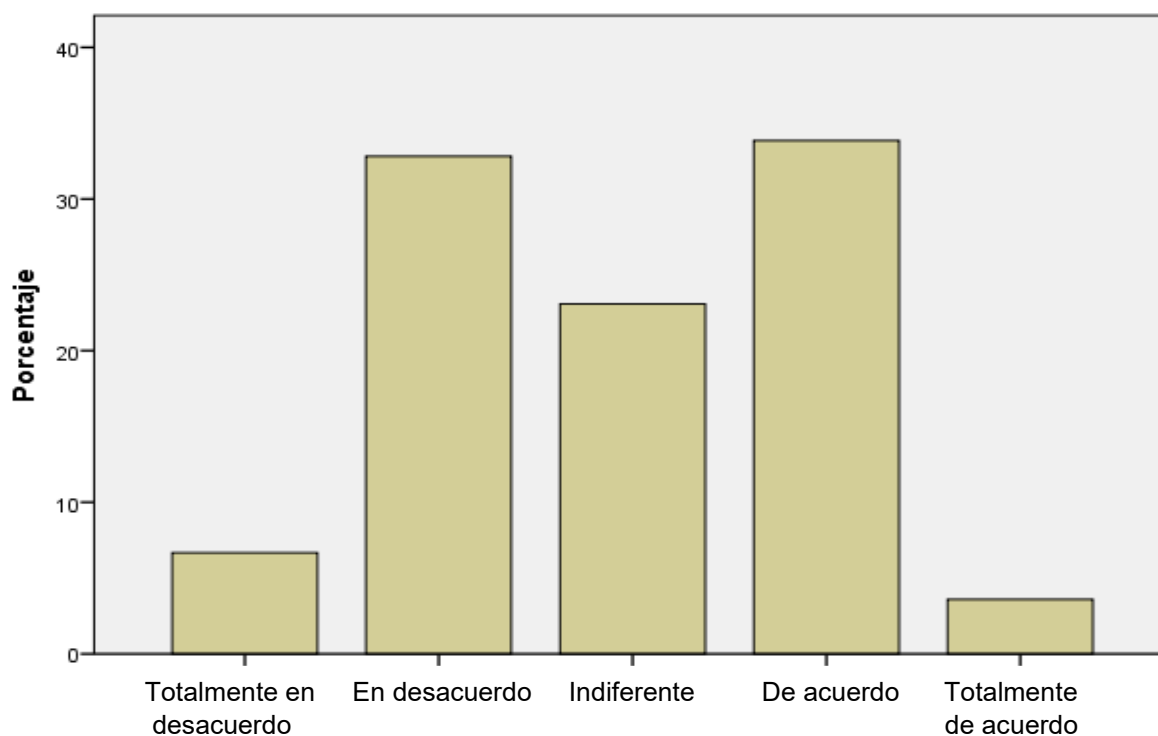


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

**30.- En el área patrimonial hay suficientes rampas, señalética y semáforos para
Personas con Discapacidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	13	6.7	6.7	6.7
	2) En desacuerdo	64	32.8	32.8	39.5
	3) Indiferente	45	23.1	23.1	62.6
	4) De acuerdo	66	33.8	33.8	96.4
	5) Totalmente de acuerdo	7	3.6	3.6	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

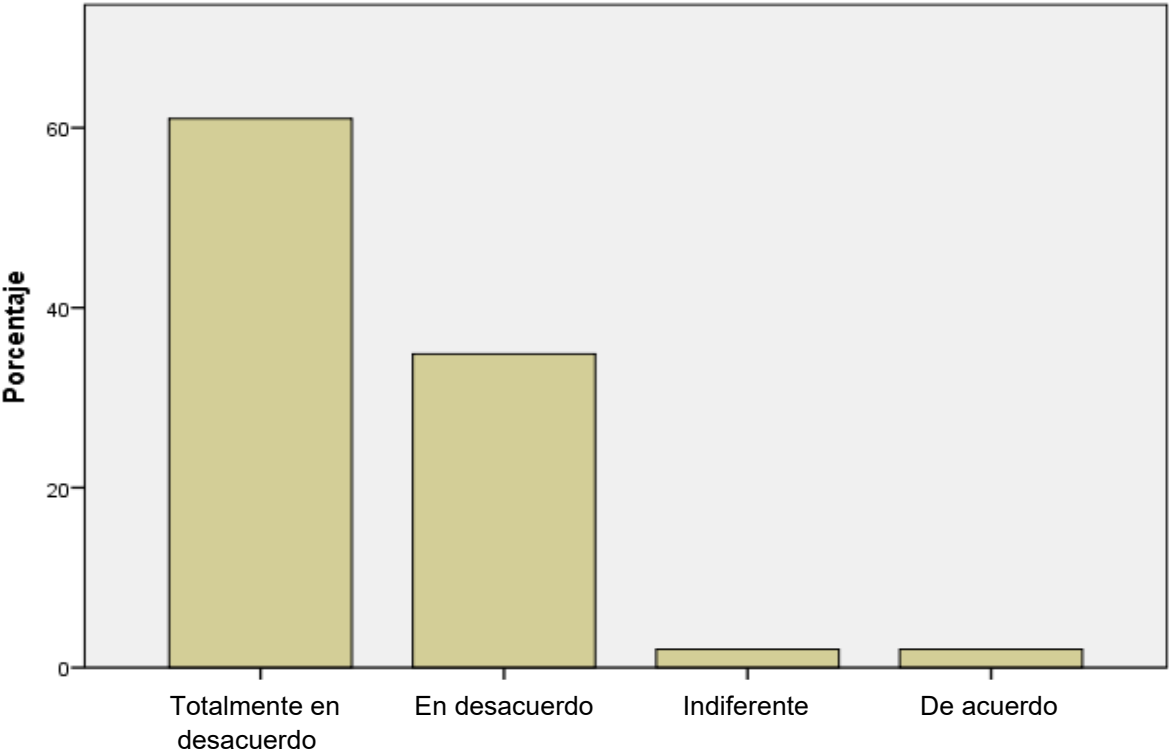


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	119	61.0	61.0	61.0
	2) En desacuerdo	68	34.9	34.9	95.9
	3) Indiferente	4	2.1	2.1	97.9
	4) De acuerdo	4	2.1	2.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

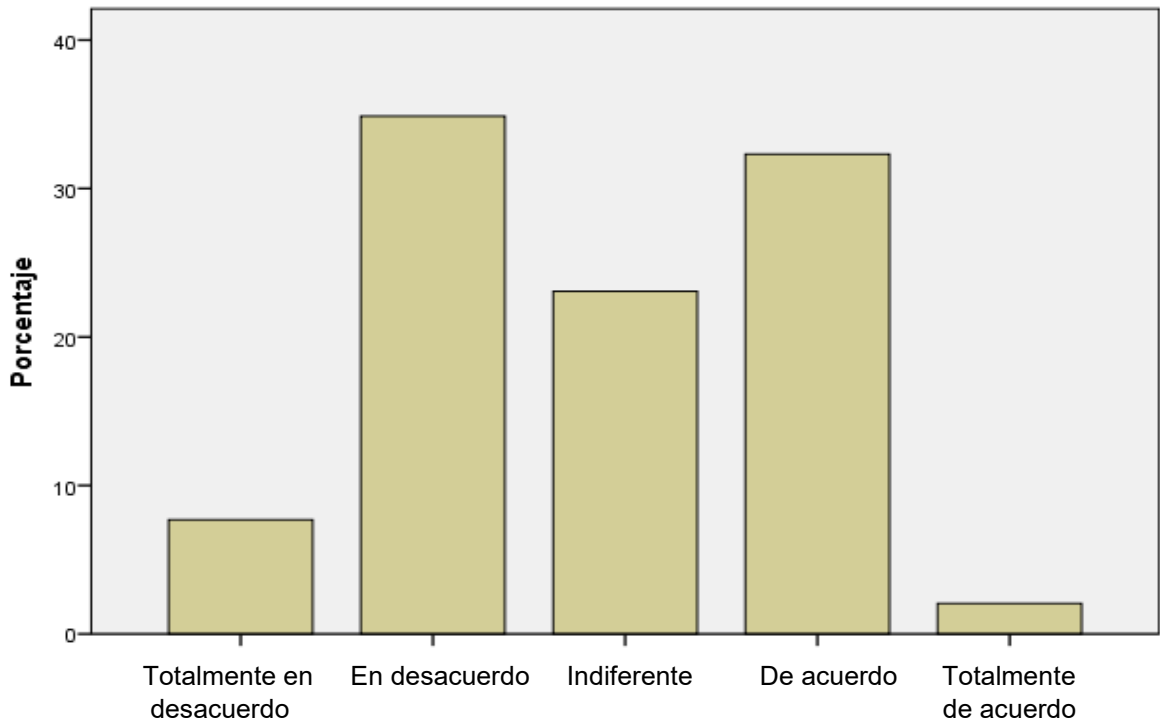


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del centro histórico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	15	7.7	7.7	7.7
	2) En desacuerdo	68	34.9	34.9	42.6
	3) Indiferente	45	23.1	23.1	65.6
	4) De acuerdo	63	32.3	32.3	97.9
	5) Totalmente de acuerdo	4	2.1	2.1	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

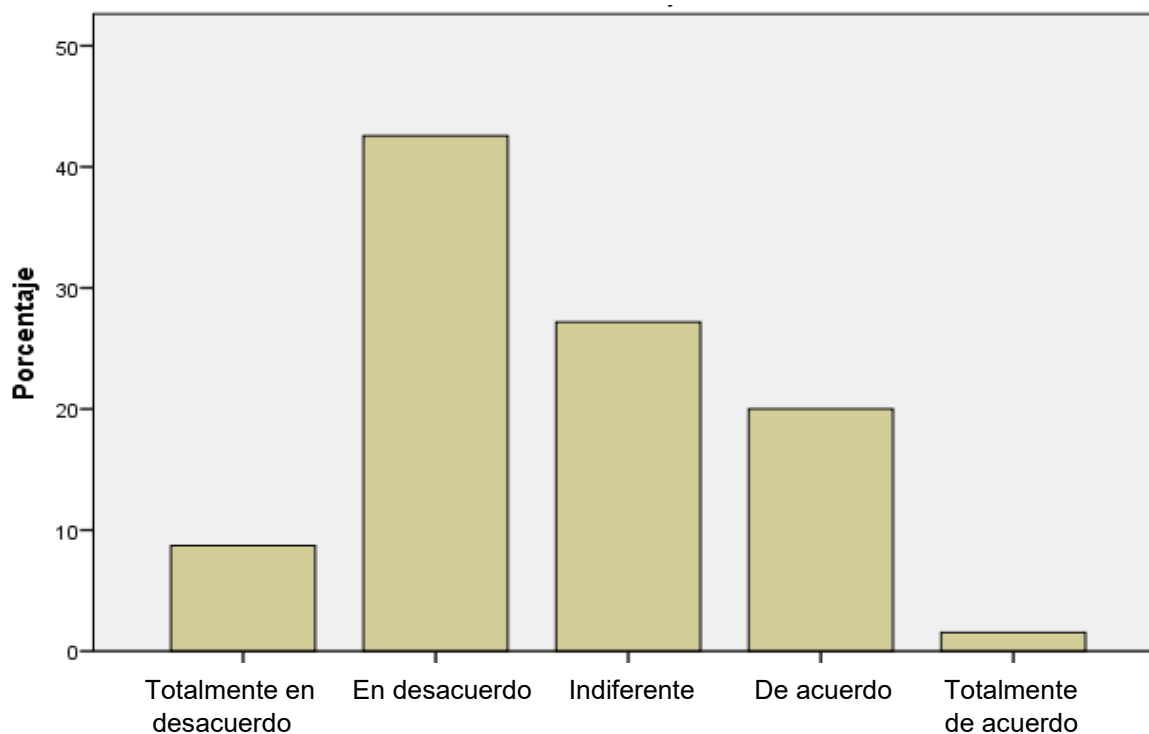


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	17	8.7	8.7	8.7
	2) En desacuerdo	83	42.6	42.6	51.3
	3) Indiferente	53	27.2	27.2	78.5
	4) De acuerdo	39	20.0	20.0	98.5
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.5	1.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

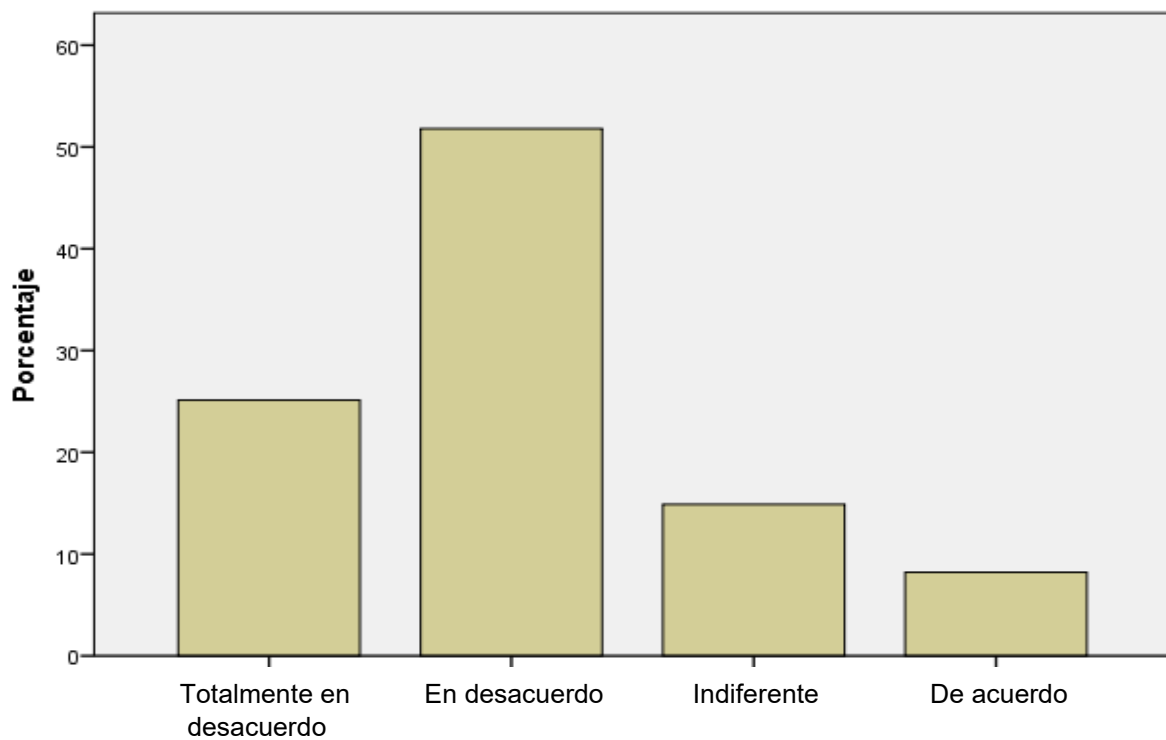


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	49	25.1	25.1	25.1
	2) En desacuerdo	101	51.8	51.8	76.9
	3) Indiferente	29	14.9	14.9	91.8
	4) De acuerdo	16	8.2	8.2	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

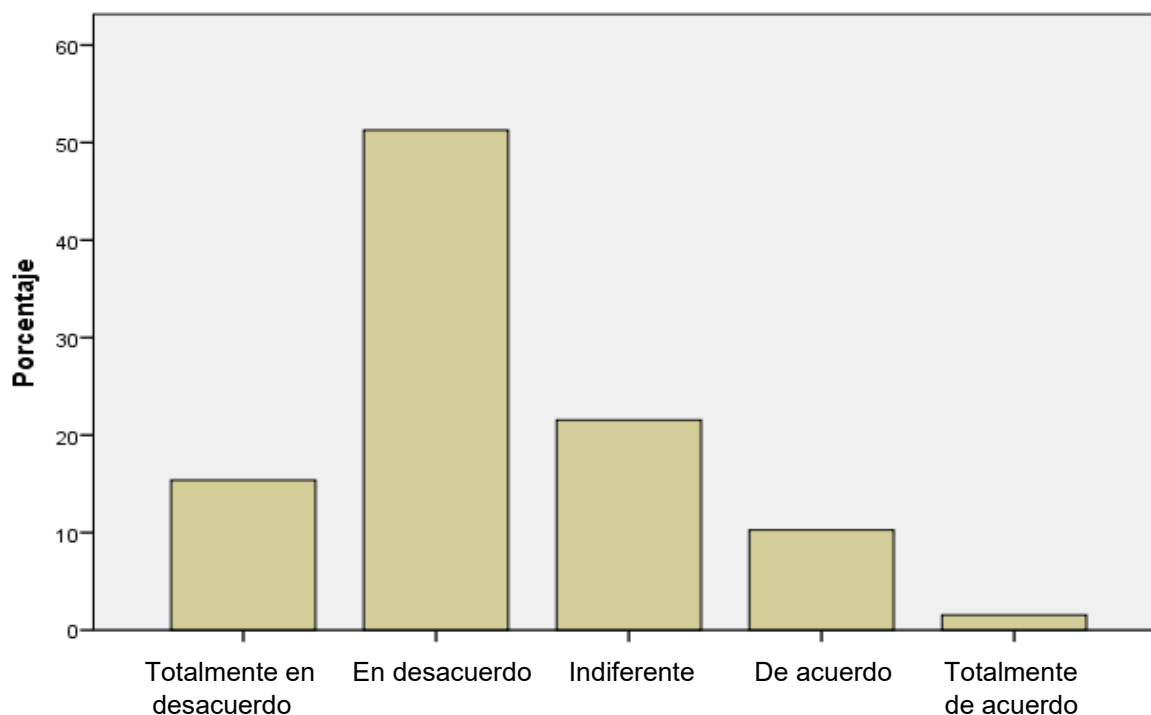


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	30	15.4	15.4	15.4
	2) En desacuerdo	100	51.3	51.3	66.7
	3) Indiferente	42	21.5	21.5	88.2
	4) De acuerdo	20	10.3	10.3	98.5
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.5	1.5	100.0
	Total	195	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).



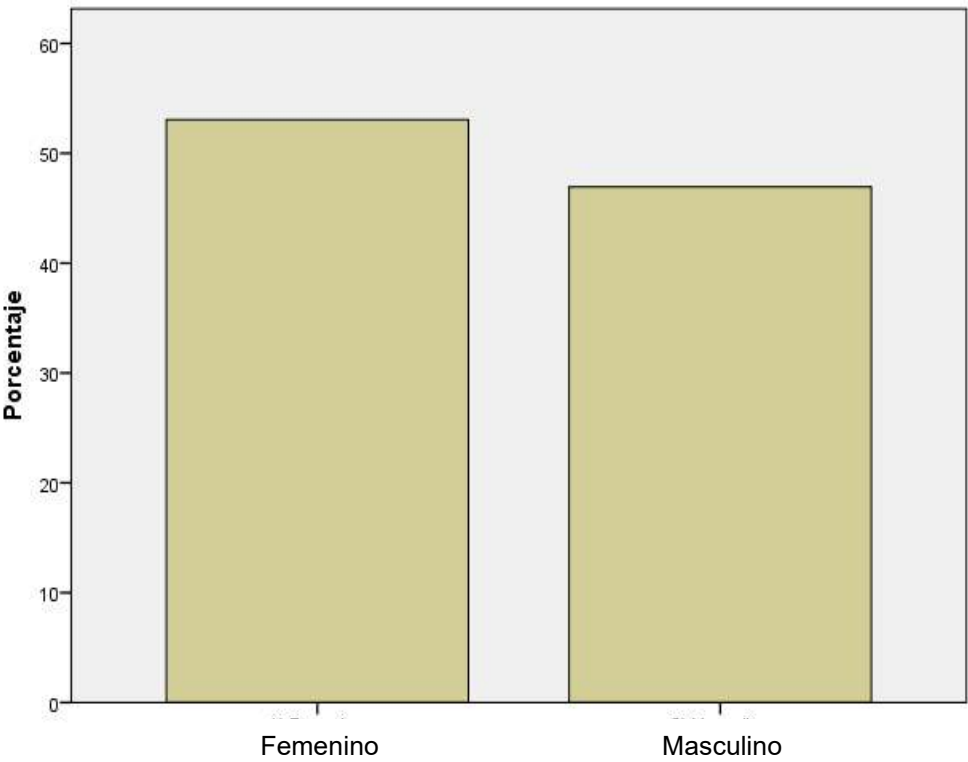
Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

5.2 Casco antiguo de Sevilla, España

a.- Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Femenino	121	53.1	53.1	53.1
	2) Masculino	107	46.9	46.9	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

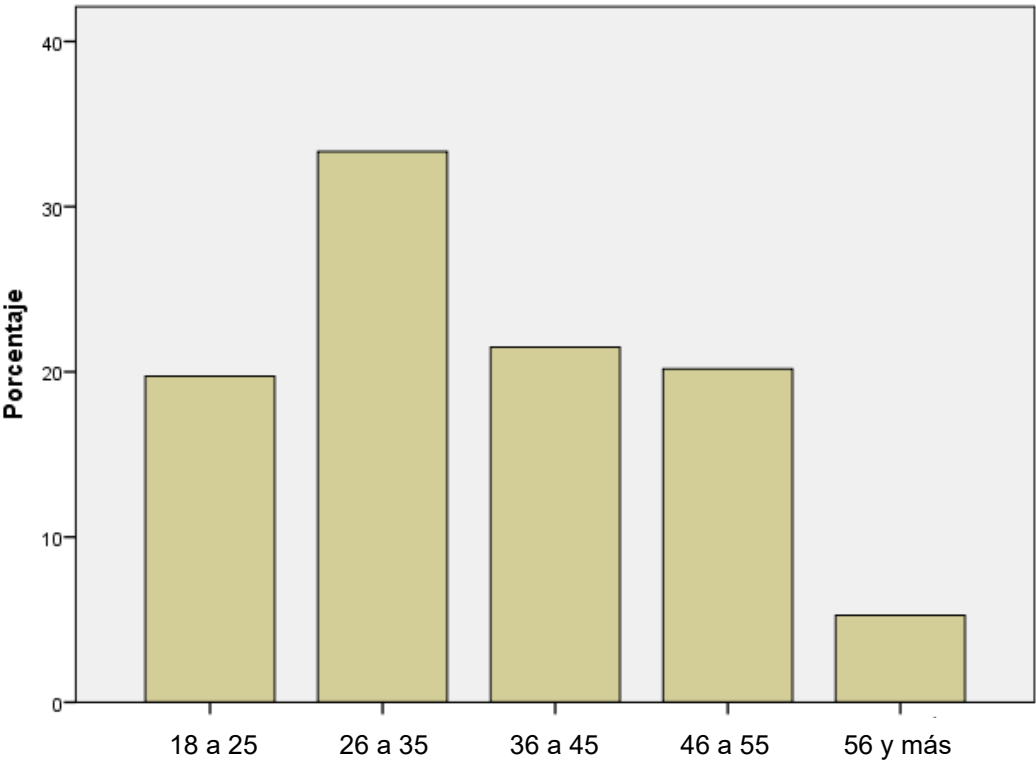


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

b.- Edad en años cumplidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) 18 a 25	45	19.7	19.7	19.7
	2) 26 a 35	76	33.3	33.3	53.1
	3) 36 a 45	49	21.5	21.5	74.6
	4) 46 a 55	46	20.2	20.2	94.7
	5) 56 y más	12	5.3	5.3	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

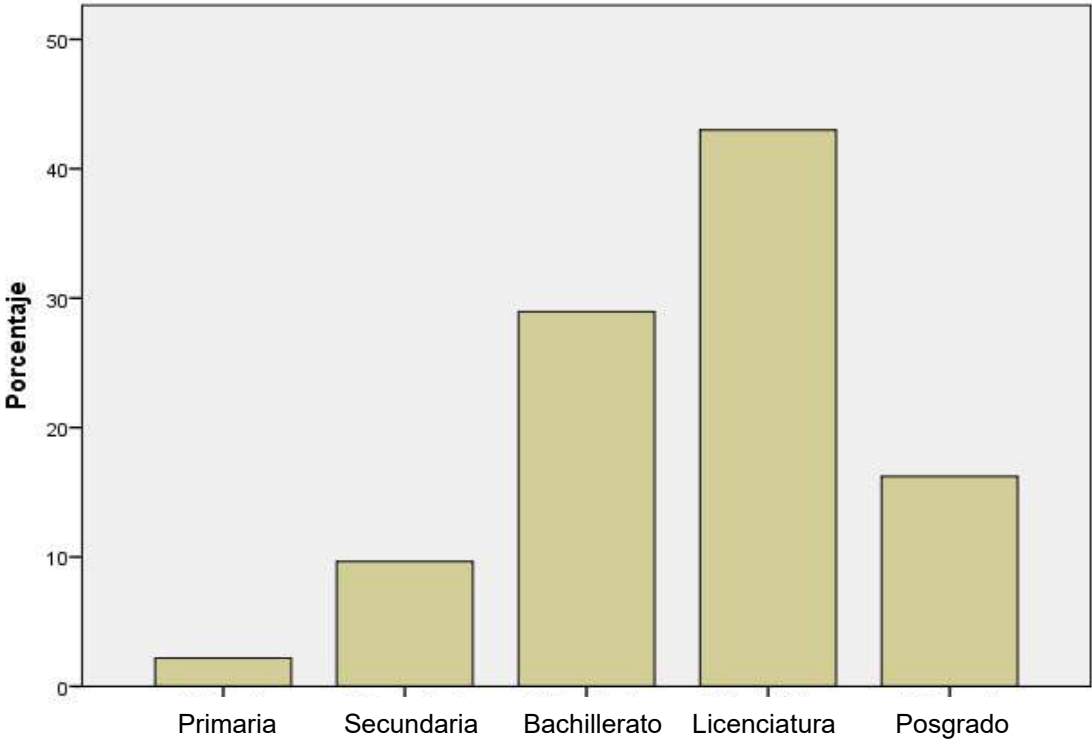


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

c.- Nivel de estudios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Primaria	5	2.2	2.2	2.2
	2) Secundaria	22	9.6	9.6	11.8
	3) Bachillerato	66	28.9	28.9	40.8
	4) Licenciatura	98	43.0	43.0	83.8
	5) Posgrado	37	16.2	16.2	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

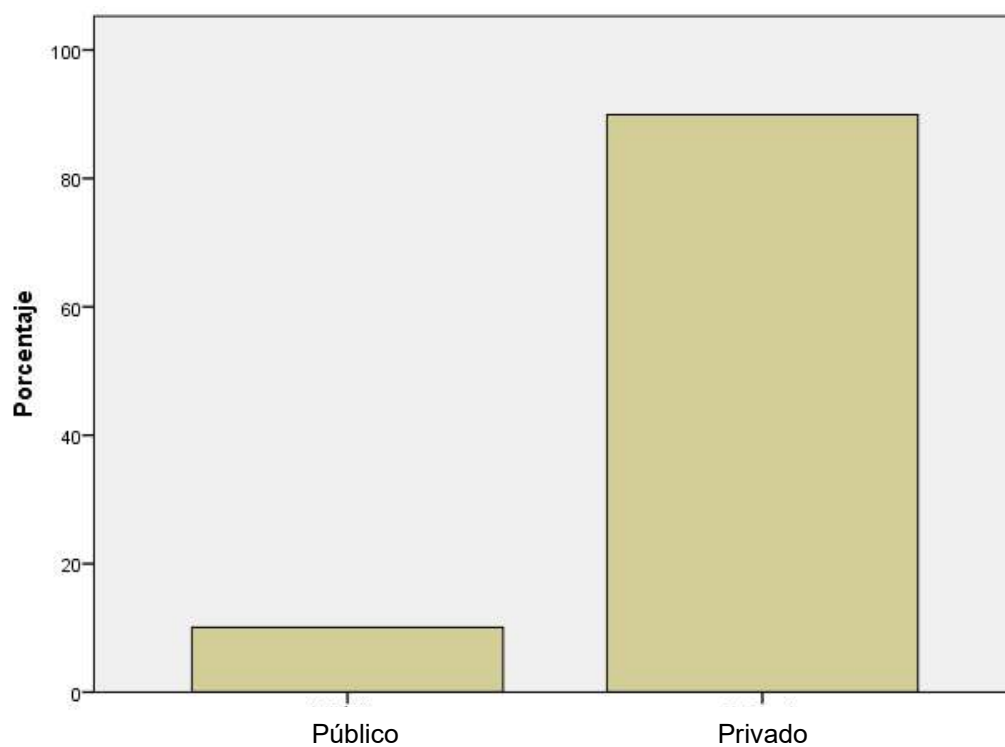


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

d.- Sector

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Público	23	10.1	10.1	10.1
	2) Privado	205	89.9	89.9	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

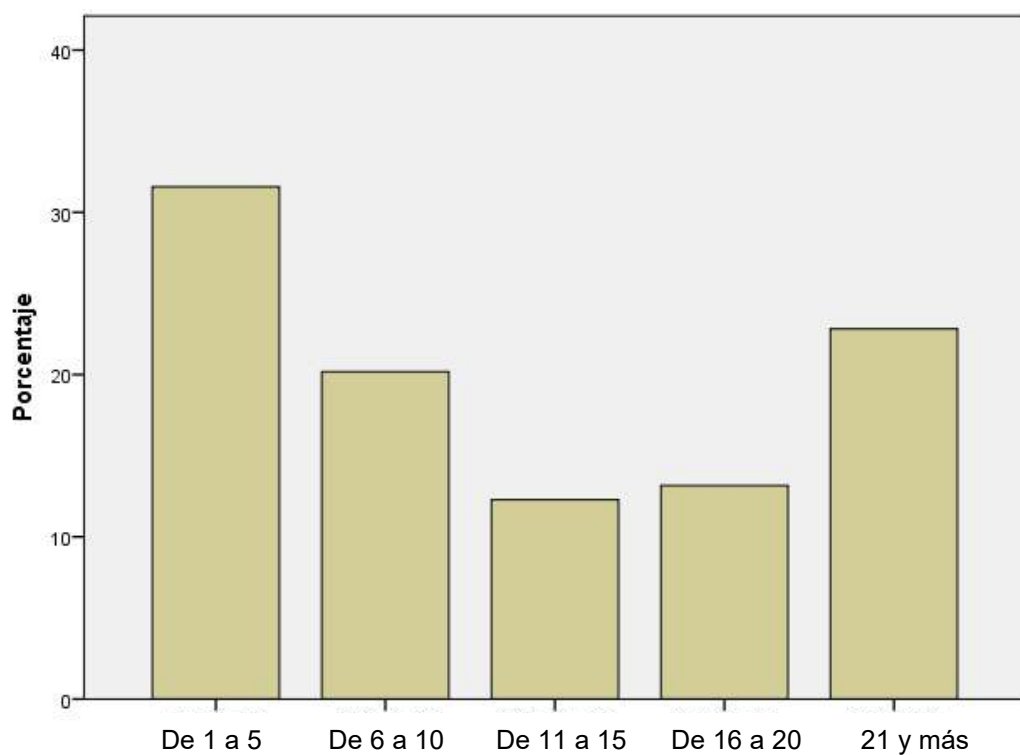


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

e.- Años de experiencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) De 1 a 5	72	31.6	31.6	31.6
	2) De 6 a 10	46	20.2	20.2	51.8
	3) De 11 a 15	28	12.3	12.3	64.0
	4) De 16 a 20	30	13.2	13.2	77.2
	5) 21 o más	52	22.8	22.8	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

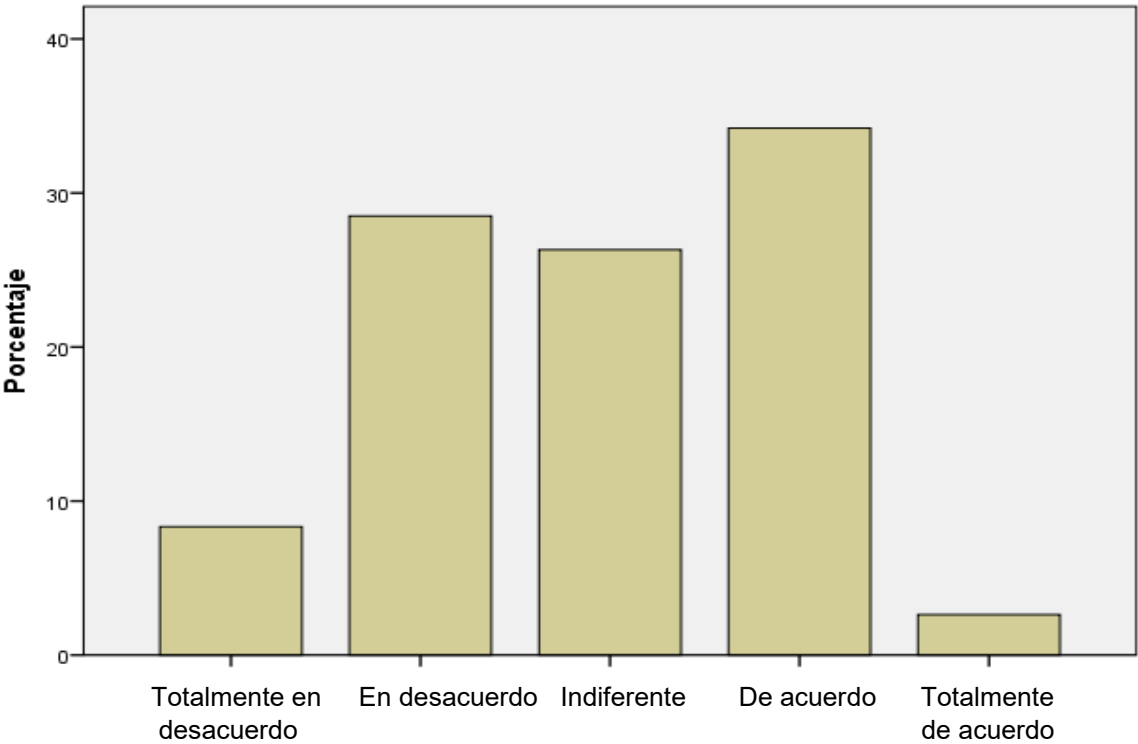


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

1.- La gobernanza en Sevilla se da de manera óptima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	19	8.3	8.3	8.3
	2) En desacuerdo	65	28.5	28.5	36.8
	3) Indiferente	60	26.3	26.3	63.2
	4) De acuerdo	78	34.2	34.2	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	6	2.6	2.6	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

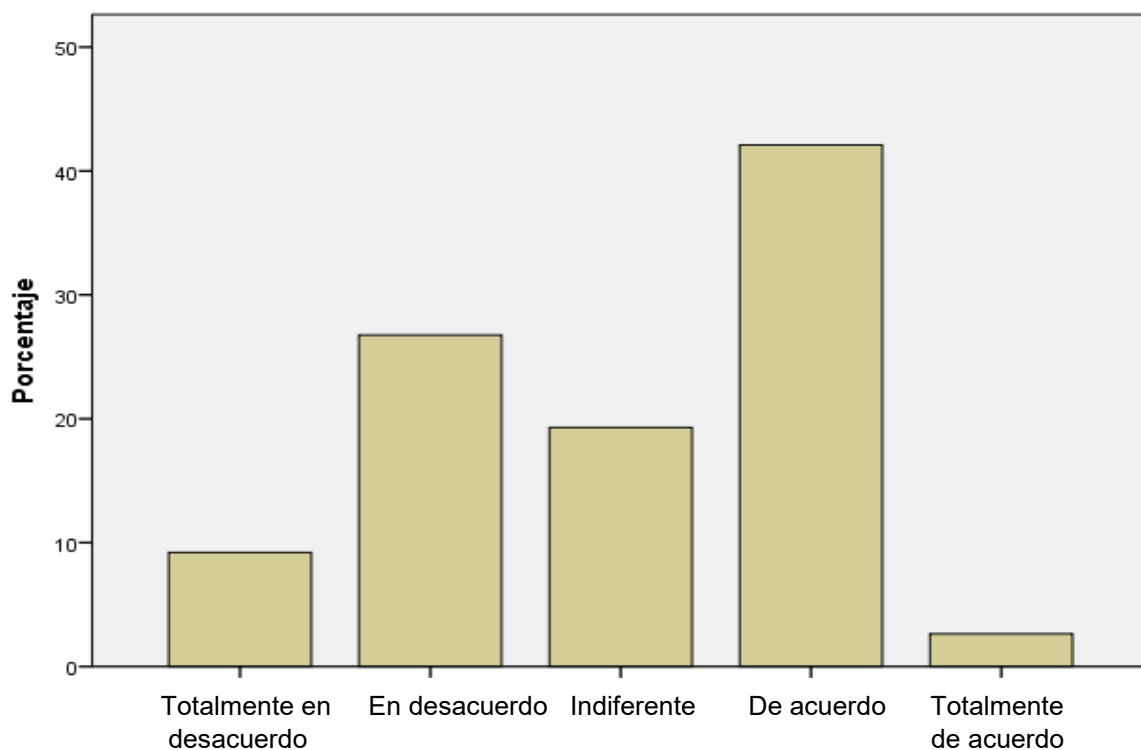


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

2.- La sostenibilidad está presente en el casco antiguo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	21	9.2	9.2	9.2
	2) En desacuerdo	61	26.8	26.8	36.0
	3) Indiferente	44	19.3	19.3	55.3
	4) De acuerdo	96	42.1	42.1	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	6	2.6	2.6	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

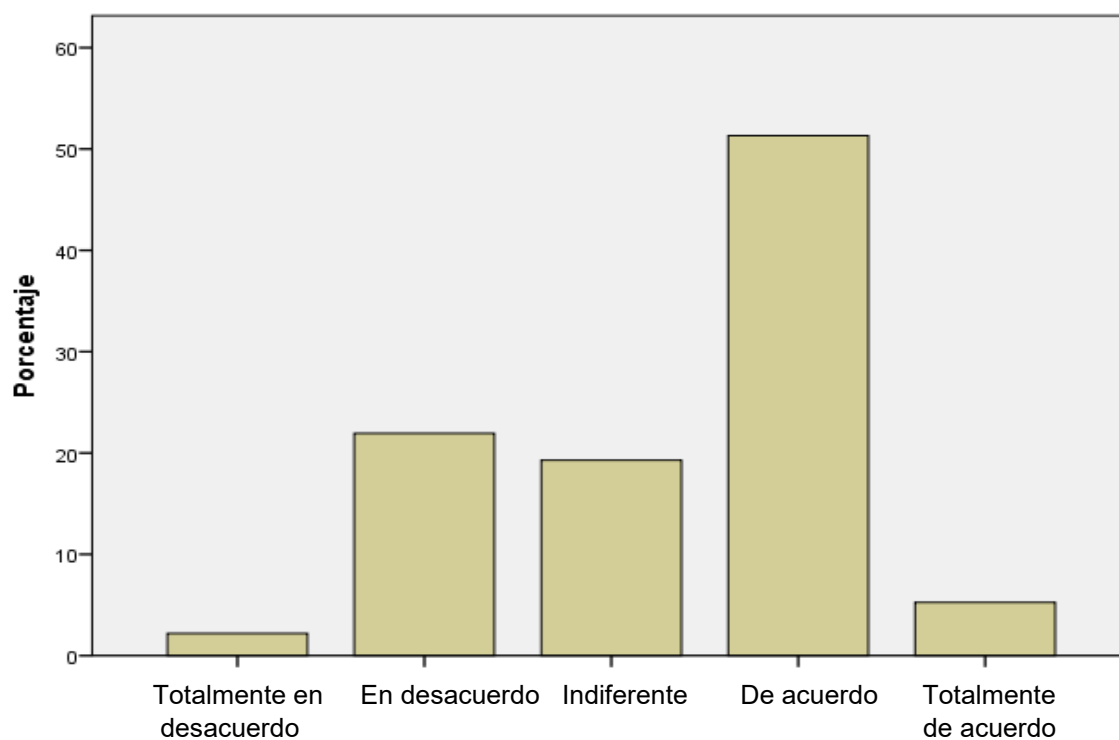


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

3.- La innovación es visible en el ramo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	5	2.2	2.2	2.2
	2) En desacuerdo	50	21.9	21.9	24.1
	3) Indiferente	44	19.3	19.3	43.4
	4) De acuerdo	117	51.3	51.3	94.7
	5) Totalmente de acuerdo	12	5.3	5.3	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

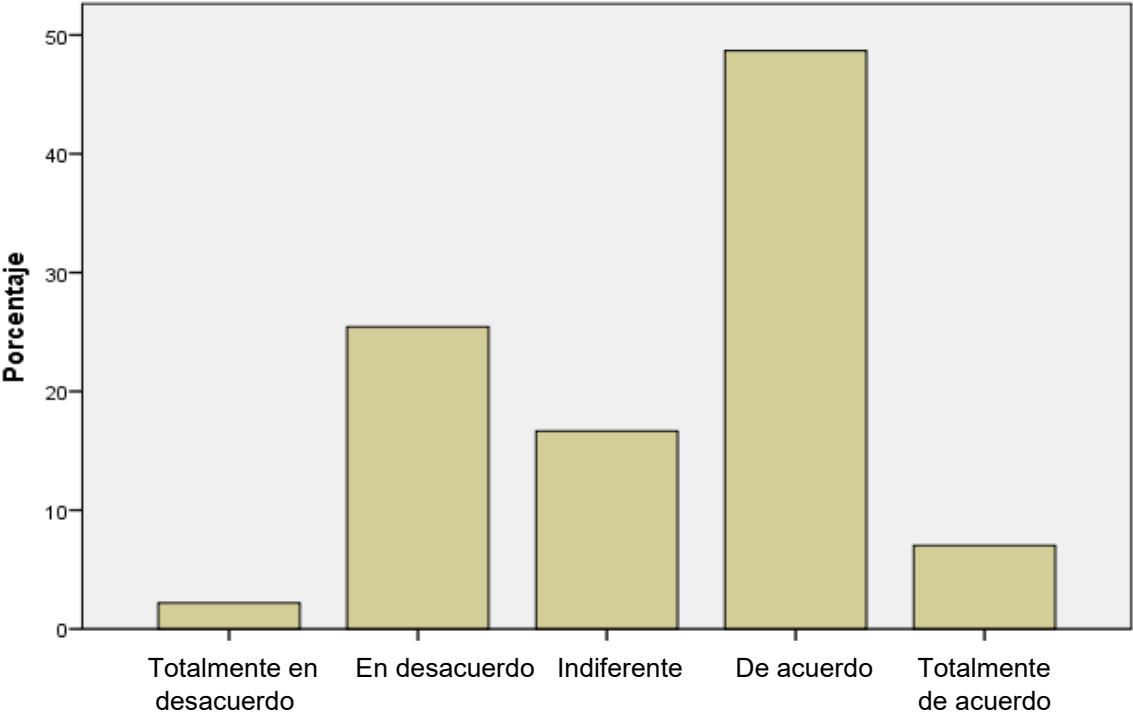


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

4.- La tecnología se nota en el área patrimonial y complementa a la actividad turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	5	2.2	2.2	2.2
	2) En desacuerdo	58	25.4	25.4	27.6
	3) Indiferente	38	16.7	16.7	44.3
	4) De acuerdo	111	48.7	48.7	93.0
	5) Totalmente de acuerdo	16	7.0	7.0	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

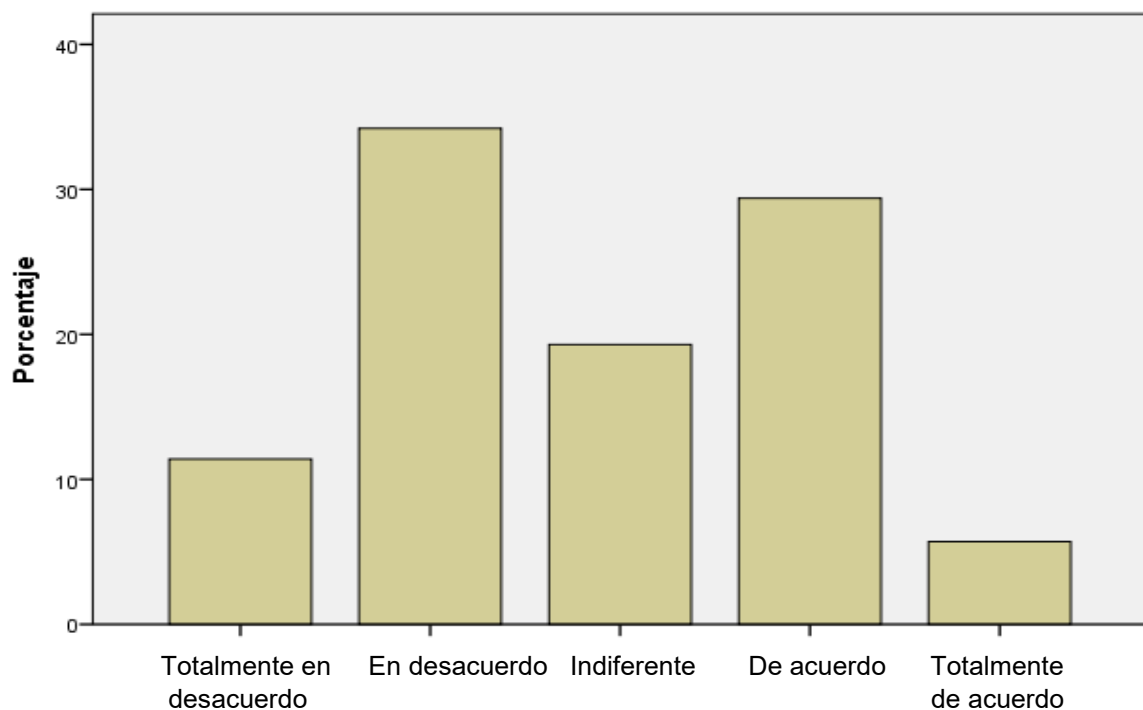


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

5.- La accesibilidad para Personas con Discapacidad está resuelta en el centro de Sevilla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	26	11.4	11.4	11.4
	2) En desacuerdo	78	34.2	34.2	45.6
	3) Indiferente	44	19.3	19.3	64.9
	4) De acuerdo	67	29.4	29.4	94.3
	5) Totalmente de acuerdo	13	5.7	5.7	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

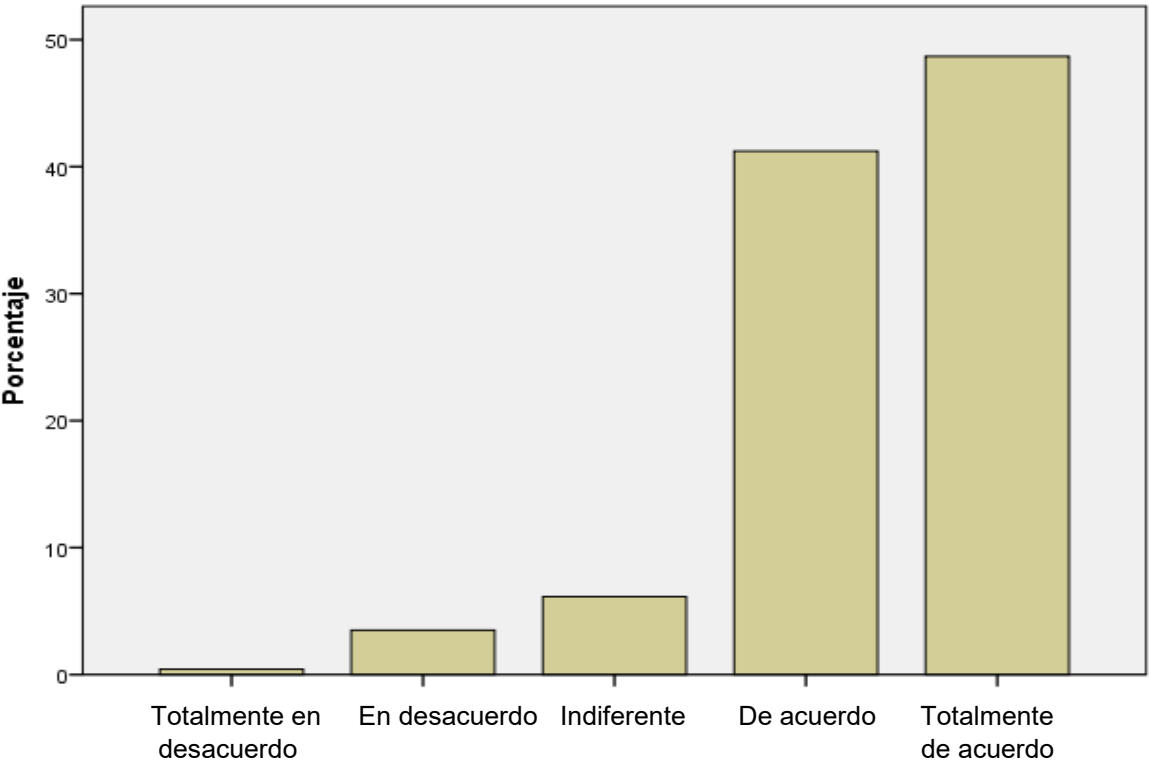


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

6.- En Sevilla se prioriza al turismo y se confirma con planes y proyectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4	0.4
	2) En desacuerdo	8	3.5	3.5	3.9
	3) Indiferente	14	6.1	6.1	10.1
	4) De acuerdo	94	41.2	41.2	51.3
	5) Totalmente de acuerdo	111	48.7	48.7	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

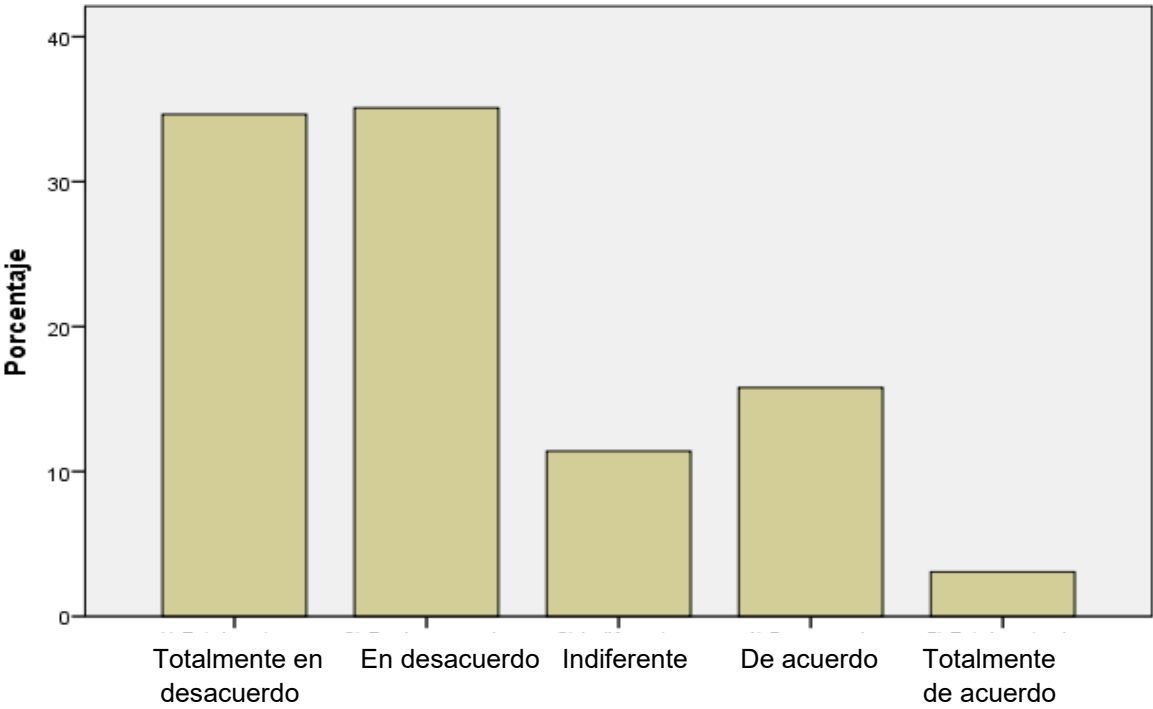


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

7.- La gestión del turismo logra la mejor experiencia para el visitante sin afectar a la población

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	79	34.6	34.6	34.6
	2) En desacuerdo	80	35.1	35.1	69.7
	3) Indiferente	26	11.4	11.4	81.1
	4) De acuerdo	36	15.8	15.8	96.9
	5) Totalmente de acuerdo	7	3.1	3.1	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

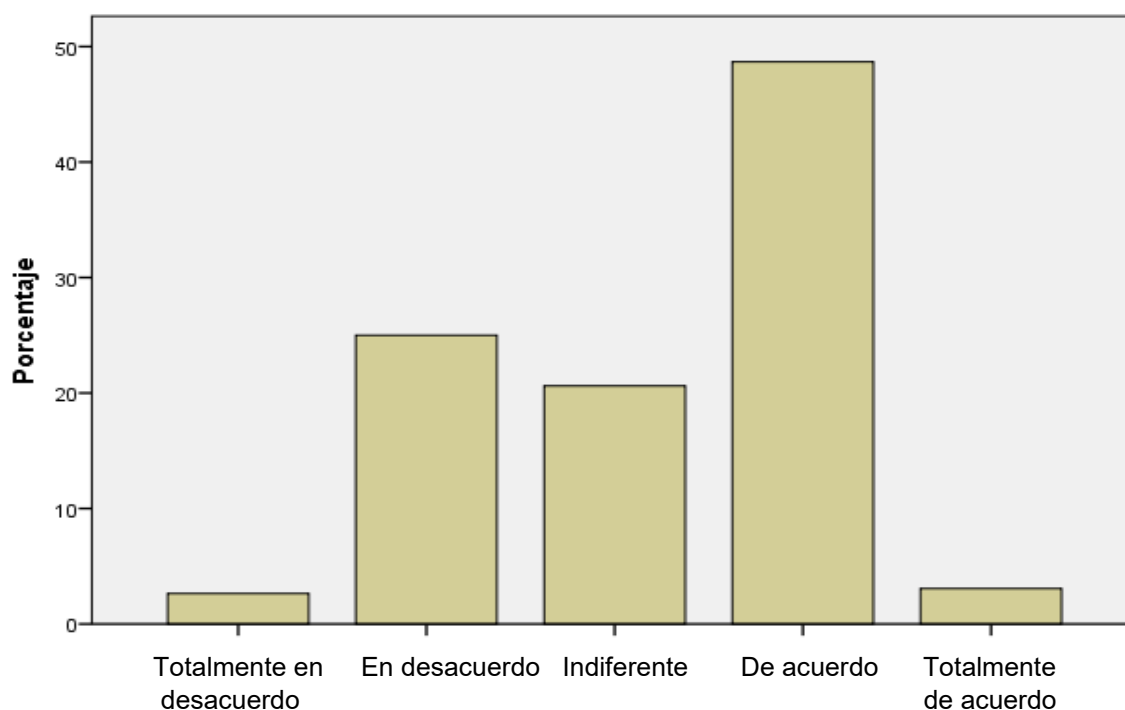


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

8.- Los planes estratégicos en turismo incluyen el punto de vista del sector público y privado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	6	2.6	2.6	2.6
	2) En desacuerdo	57	25.0	25.0	27.6
	3) Indiferente	47	20.6	20.6	48.2
	4) De acuerdo	111	48.7	48.7	96.9
	5) Totalmente de acuerdo	7	3.1	3.1	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

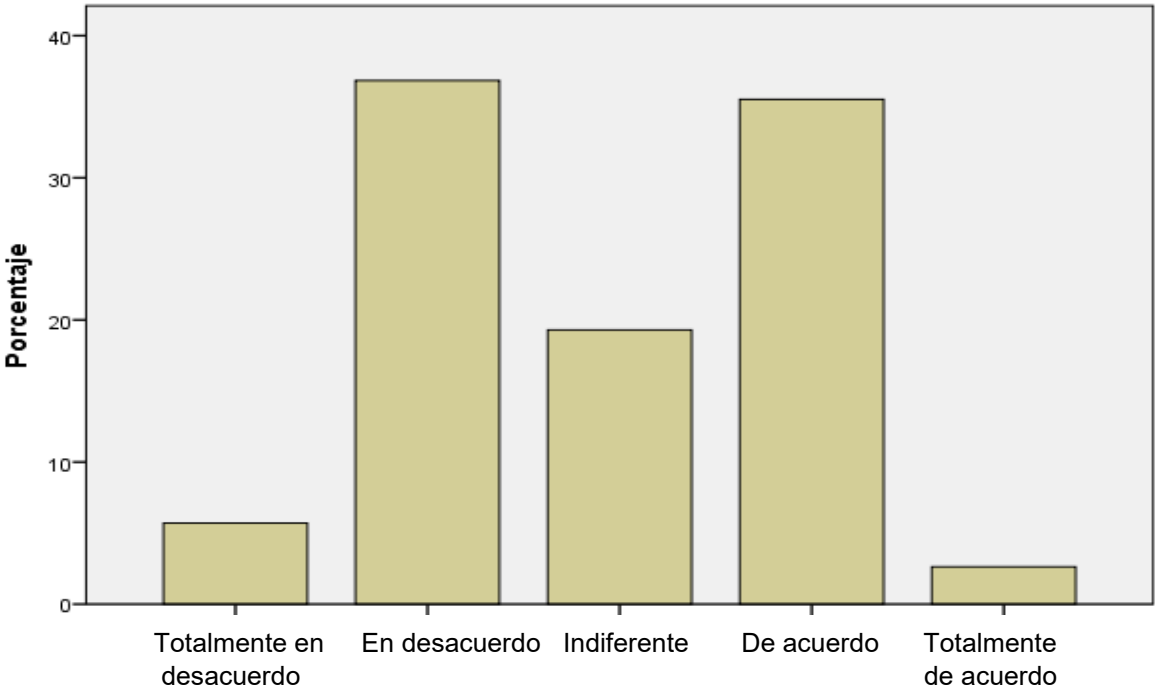


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

9.- Se promueve capacitación constante por parte de instancias municipales con empresas locales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	13	5.7	5.7	5.7
	2) En desacuerdo	84	36.8	36.8	42.5
	3) Indiferente	44	19.3	19.3	61.8
	4) De acuerdo	81	35.5	35.5	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	6	2.6	2.6	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

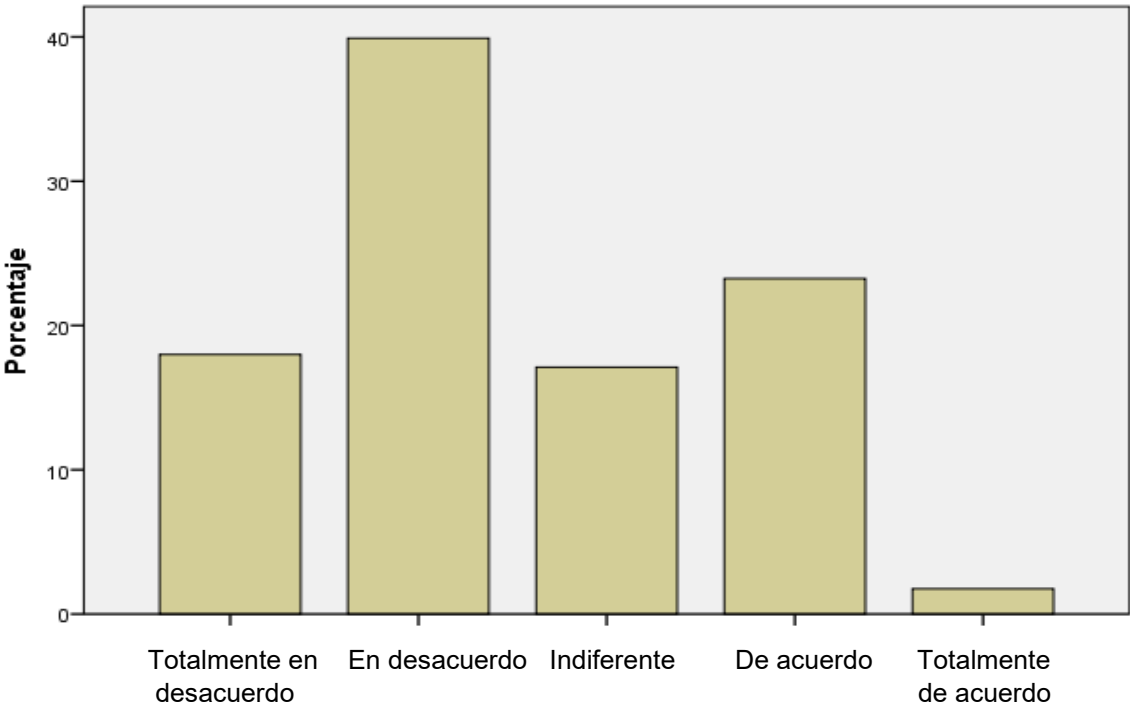


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

10.- La calidad de vida en el centro de Sevilla es alta, en gran parte por el buen gobierno municipal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	41	18.0	18.0	18.0
	2) En desacuerdo	91	39.9	39.9	57.9
	3) Indiferente	39	17.1	17.1	75.0
	4) De acuerdo	53	23.2	23.2	98.2
	5) Totalmente de acuerdo	4	1.8	1.8	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

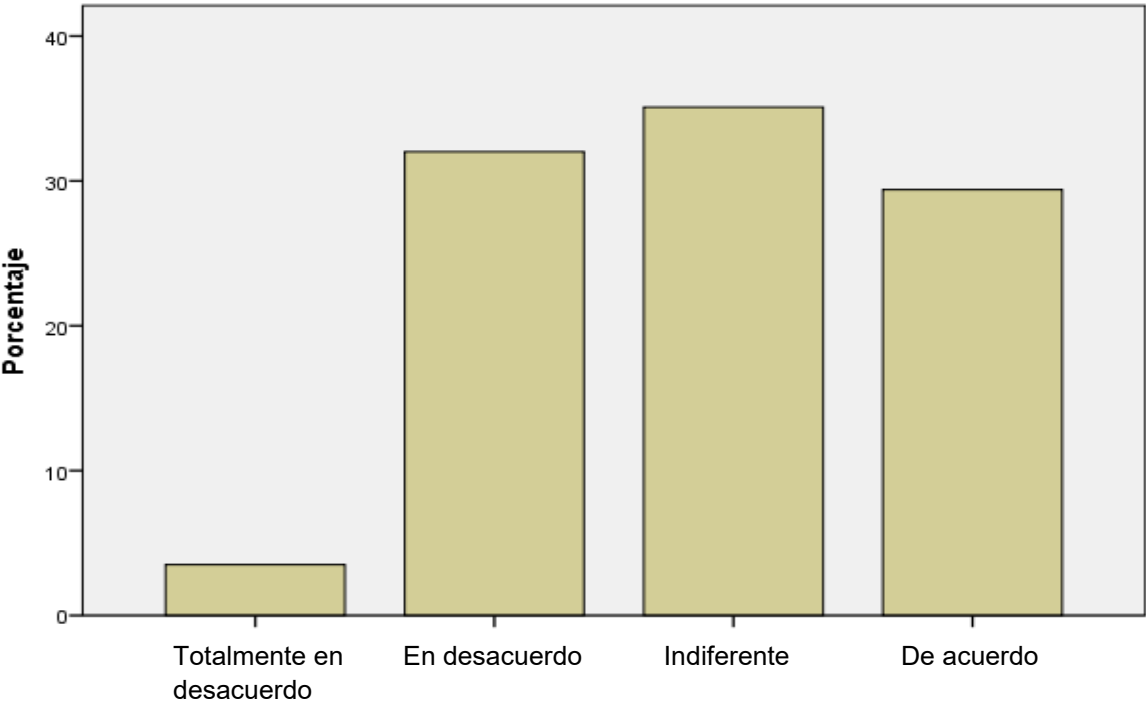


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

11.- Las organizaciones civiles apoyan proyectos del municipio sin representar un obstáculo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	8	3.5	3.5	3.5
	2) En desacuerdo	73	32.0	32.0	35.5
	3) Indiferente	80	35.1	35.1	70.6
	4) De acuerdo	67	29.4	29.4	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

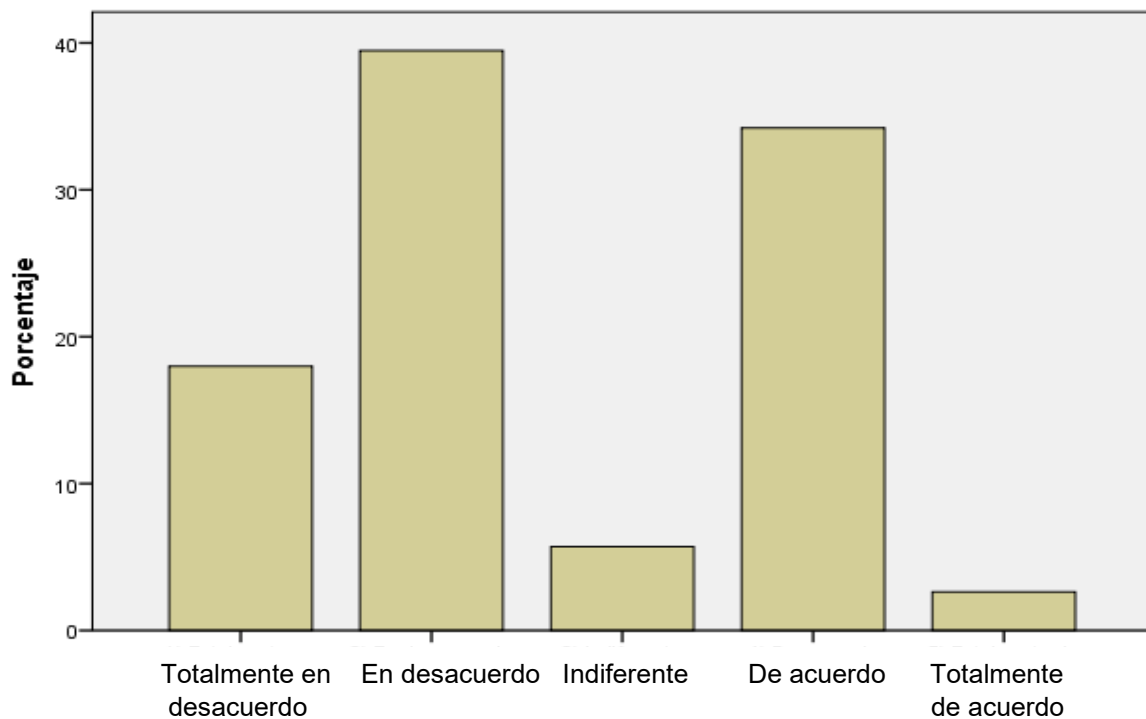


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

12.- Los botes de basura en el casco antiguo son suficientes y las unidades recolectoras de residuos sólidos son adecuadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	41	18.0	18.0	18.0
	2) En desacuerdo	90	39.5	39.5	57.5
	3) Indiferente	13	5.7	5.7	63.2
	4) De acuerdo	78	34.2	34.2	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	6	2.6	2.6	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

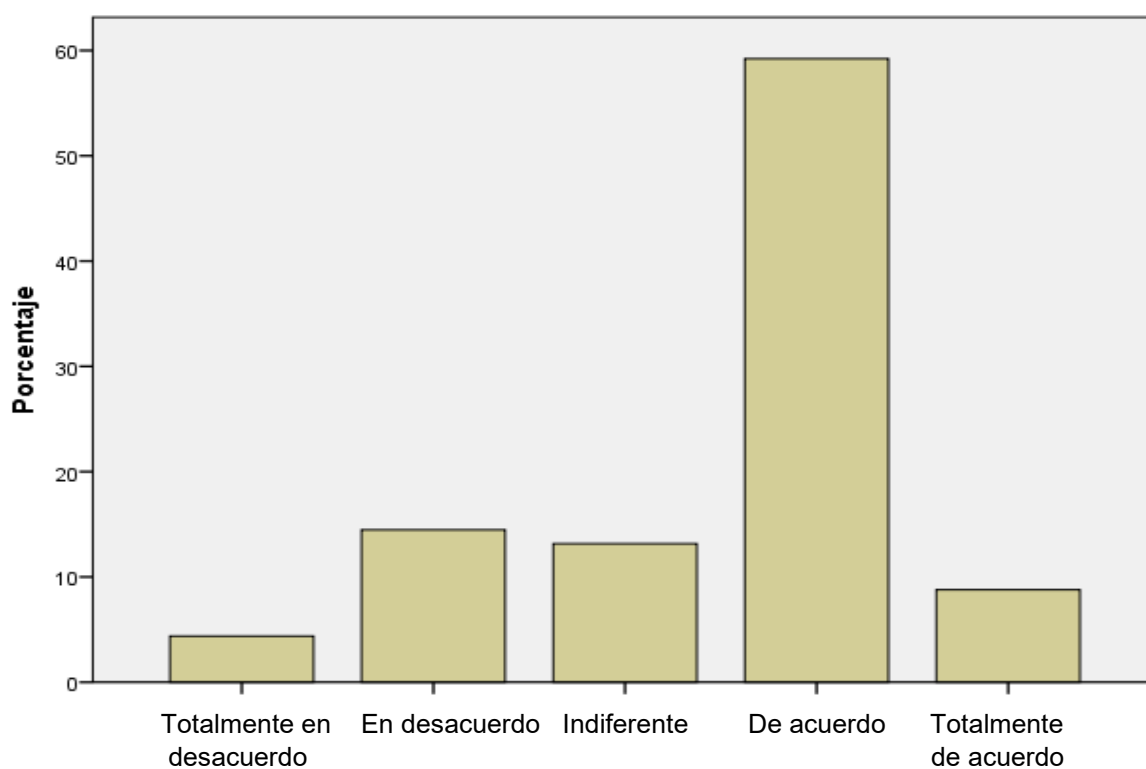


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

13.- El transporte público del área patrimonial es sostenible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	10	4.4	4.4	4.4
	2) En desacuerdo	33	14.5	14.5	18.9
	3) Indiferente	30	13.2	13.2	32.0
	4) De acuerdo	135	59.2	59.2	91.2
	5) Totalmente de acuerdo	20	8.8	8.8	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

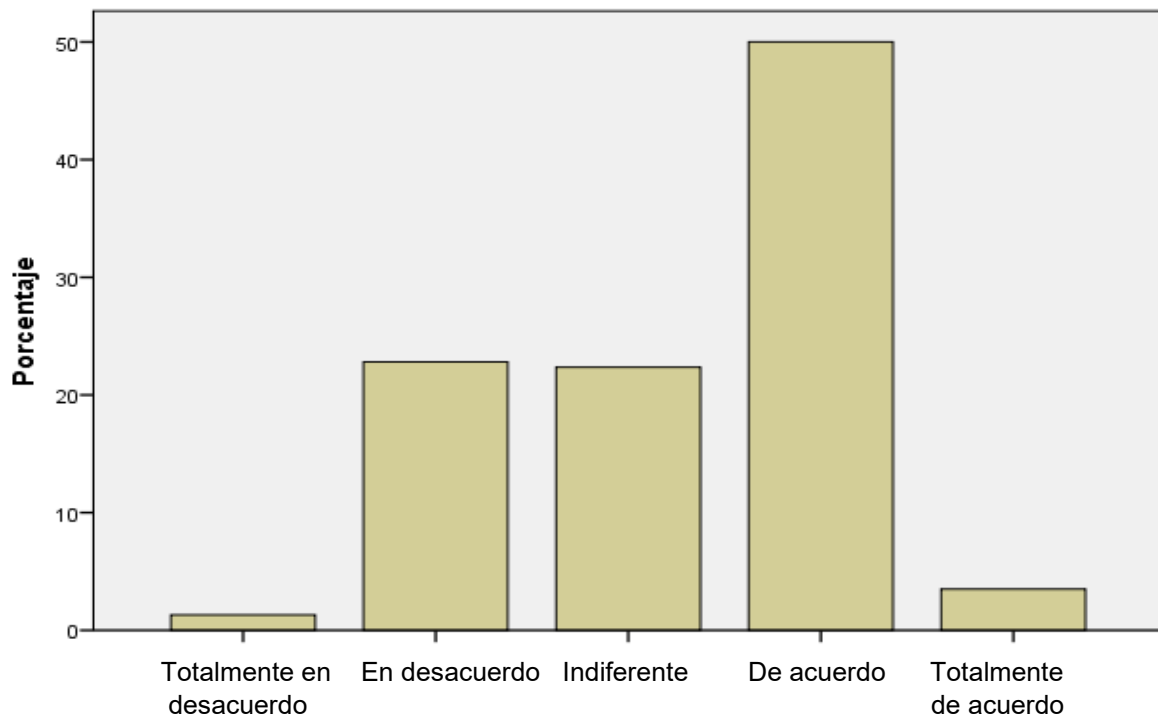


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

14.- Se fomentan prácticas sostenibles en museos, oficinas y comercios del centro histórico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	3	1.3	1.3	1.3
	2) En desacuerdo	52	22.8	22.8	24.1
	3) Indiferente	51	22.4	22.4	46.5
	4) De acuerdo	114	50.0	50.0	96.5
	5) Totalmente de acuerdo	8	3.5	3.5	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

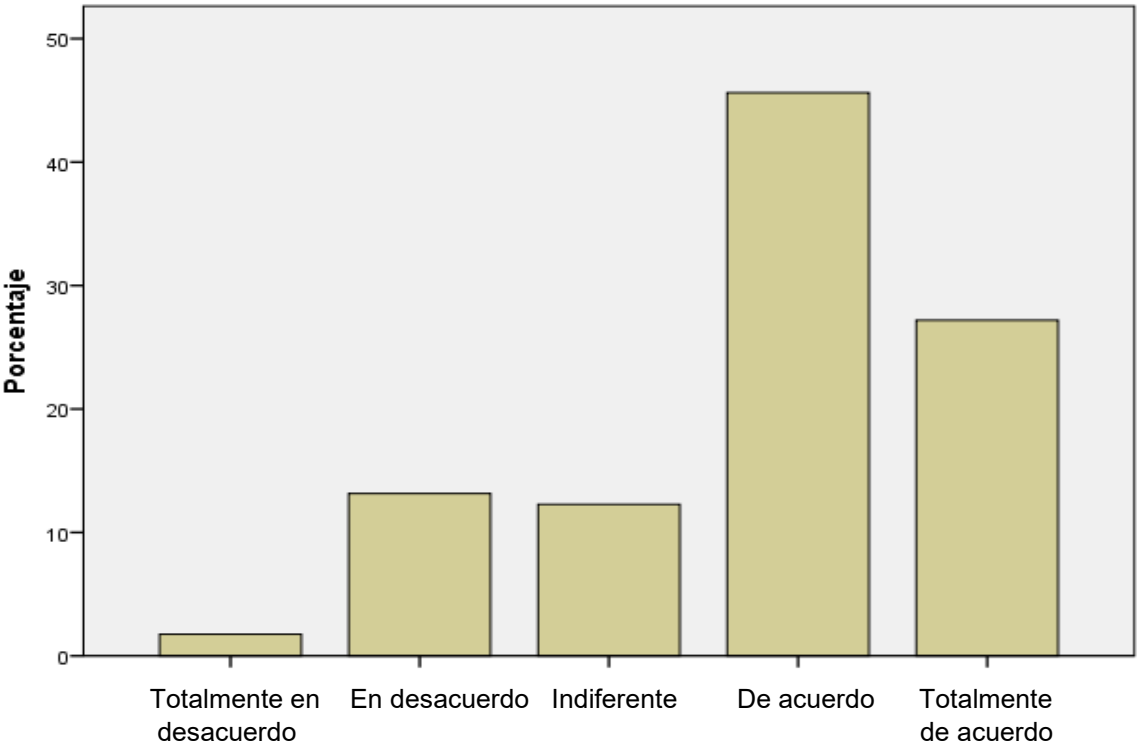


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

15.- El área patrimonial es apreciada y cuidada por los sevillanos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	4	1.8	1.8	1.8
	2) En desacuerdo	30	13.2	13.2	14.9
	3) Indiferente	28	12.3	12.3	27.2
	4) De acuerdo	104	45.6	45.6	72.8
	5) Totalmente de acuerdo	62	27.2	27.2	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

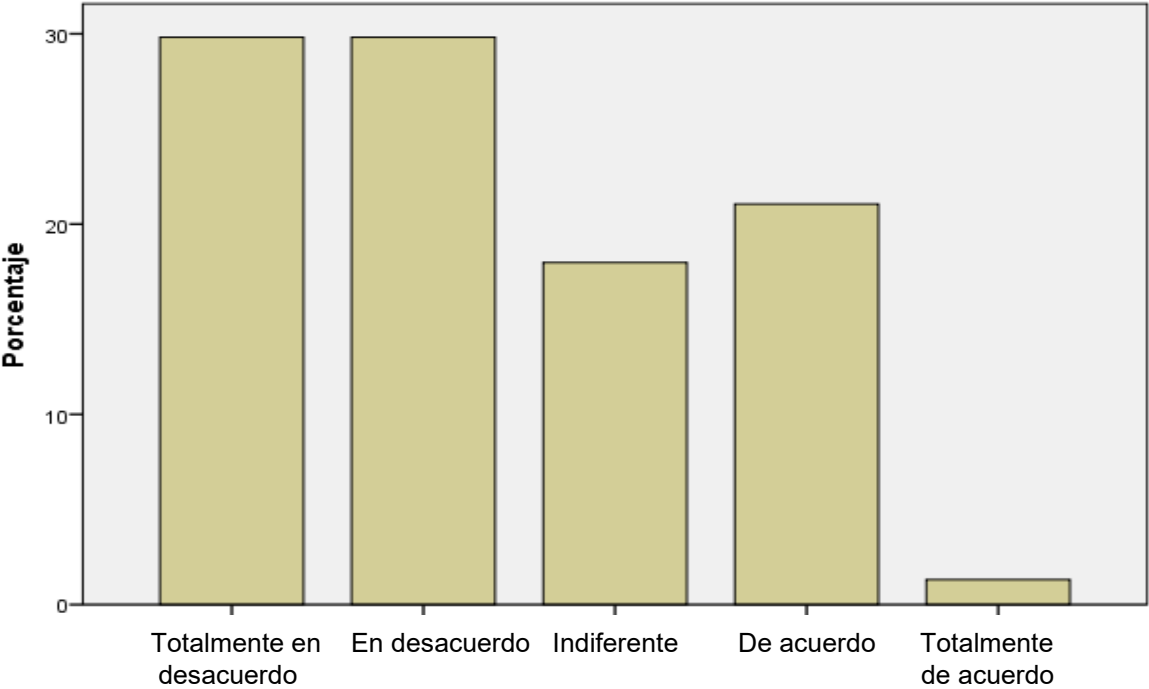


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

16.- Se garantiza un empleo estable y bien remunerado para el personal de turismo y servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	68	29.8	29.8	29.8
	2) En desacuerdo	68	29.8	29.8	59.6
	3) Indiferente	41	18.0	18.0	77.6
	4) De acuerdo	48	21.1	21.1	98.7
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.3	1.3	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

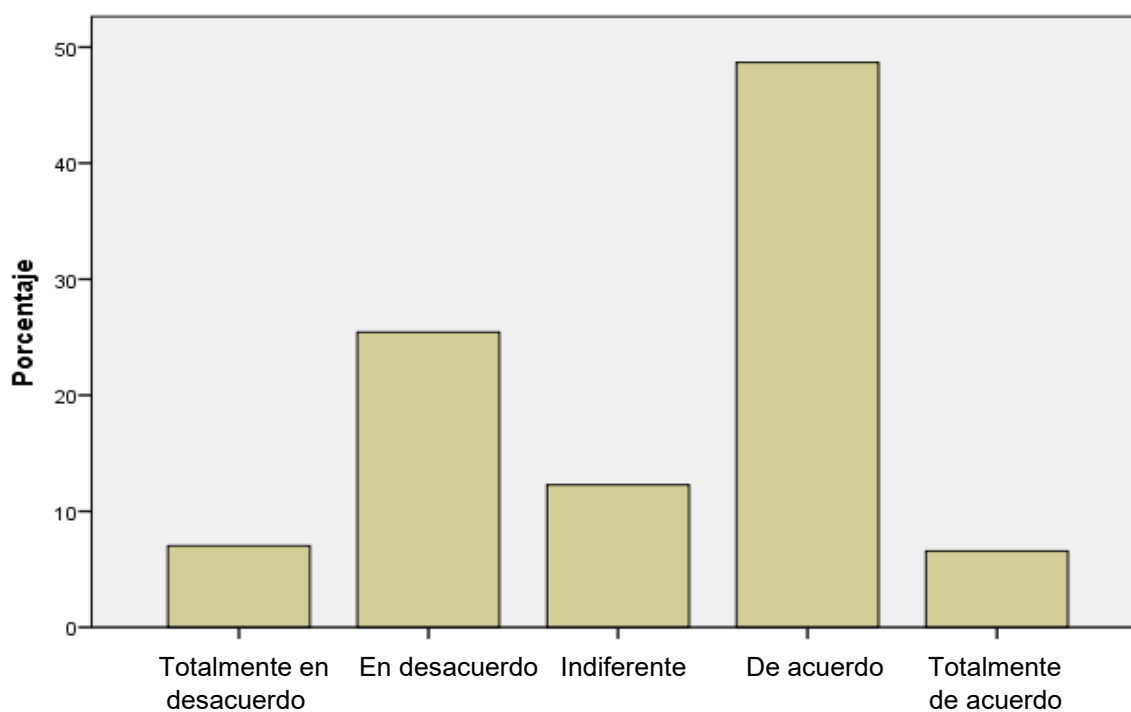


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

17.- La economía que genera el turismo se refleja en el nivel de desarrollo del centro de Sevilla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	16	7.0	7.0	7.0
	2) En desacuerdo	58	25.4	25.4	32.5
	3) Indiferente	28	12.3	12.3	44.7
	4) De acuerdo	111	48.7	48.7	93.4
	5) Totalmente de acuerdo	15	6.6	6.6	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

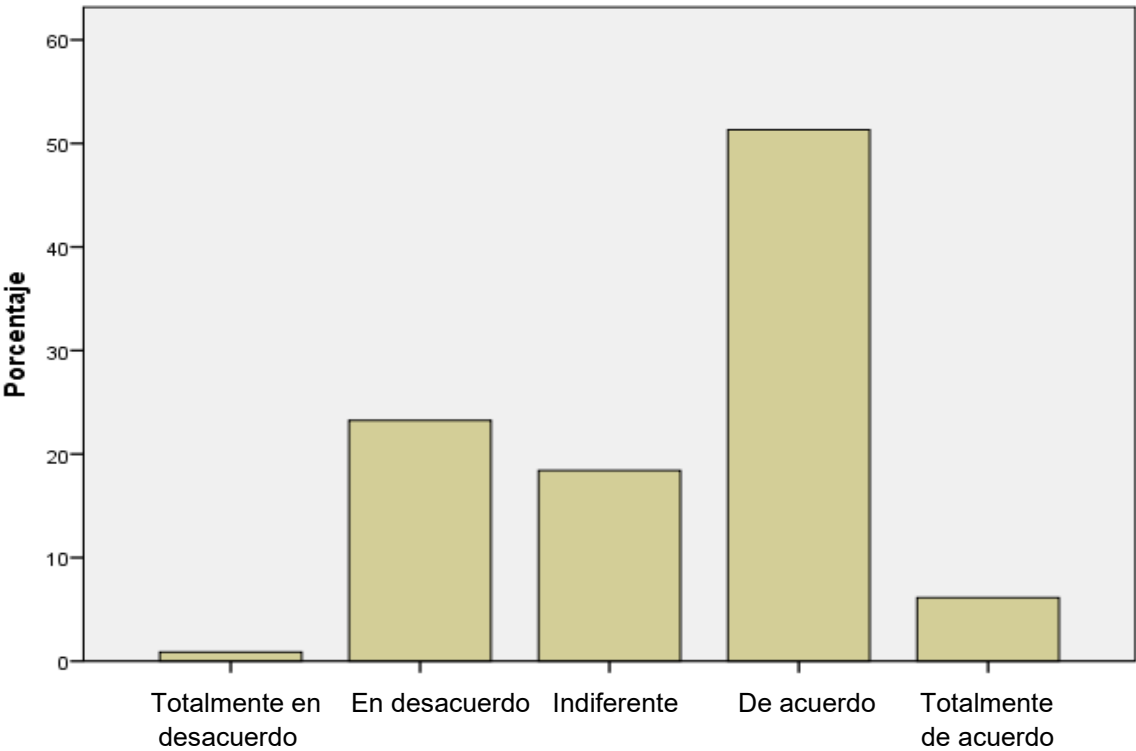


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

18.- La forma en que se comercializa el municipio de Sevilla hacia afuera es innovadora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	2	0.9	0.9	0.9
	2) En desacuerdo	53	23.2	23.2	24.1
	3) Indiferente	42	18.4	18.4	42.5
	4) De acuerdo	117	51.3	51.3	93.9
	5) Totalmente de acuerdo	14	6.1	6.1	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

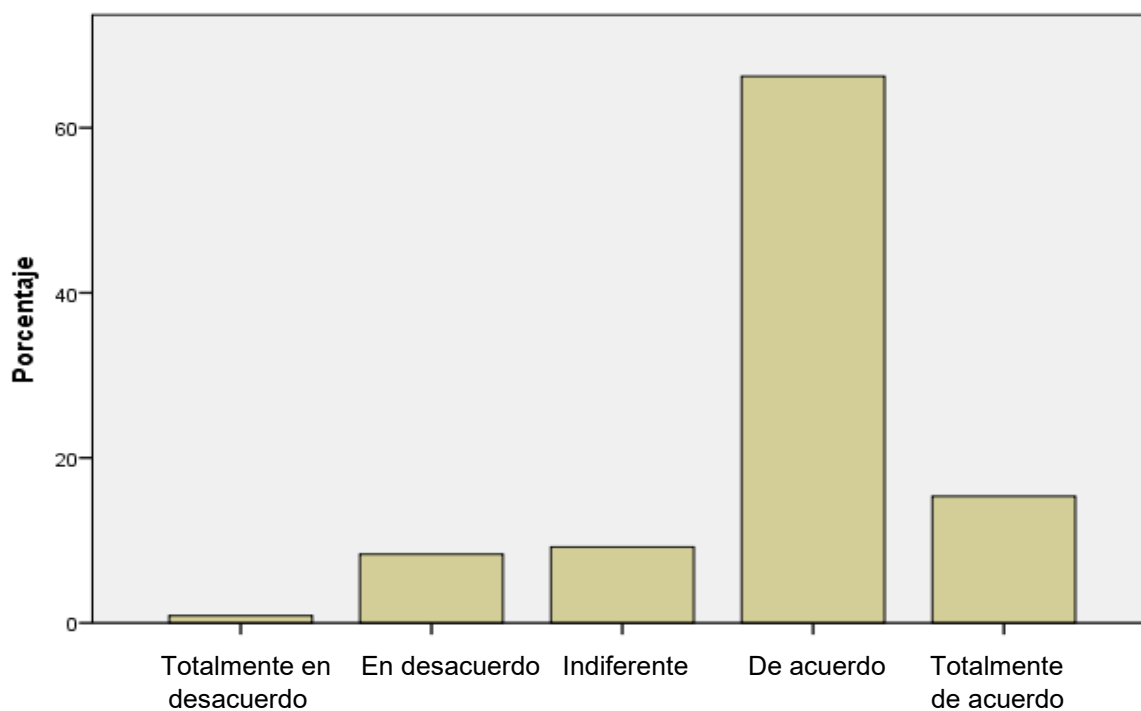


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

19.- Las redes sociales han ayudado a que el sevillano se integre a eventos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	2	0.9	0.9	0.9
	2) En desacuerdo	19	8.3	8.3	9.2
	3) Indiferente	21	9.2	9.2	18.4
	4) De acuerdo	151	66.2	66.2	84.6
	5) Totalmente de acuerdo	35	15.4	15.4	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

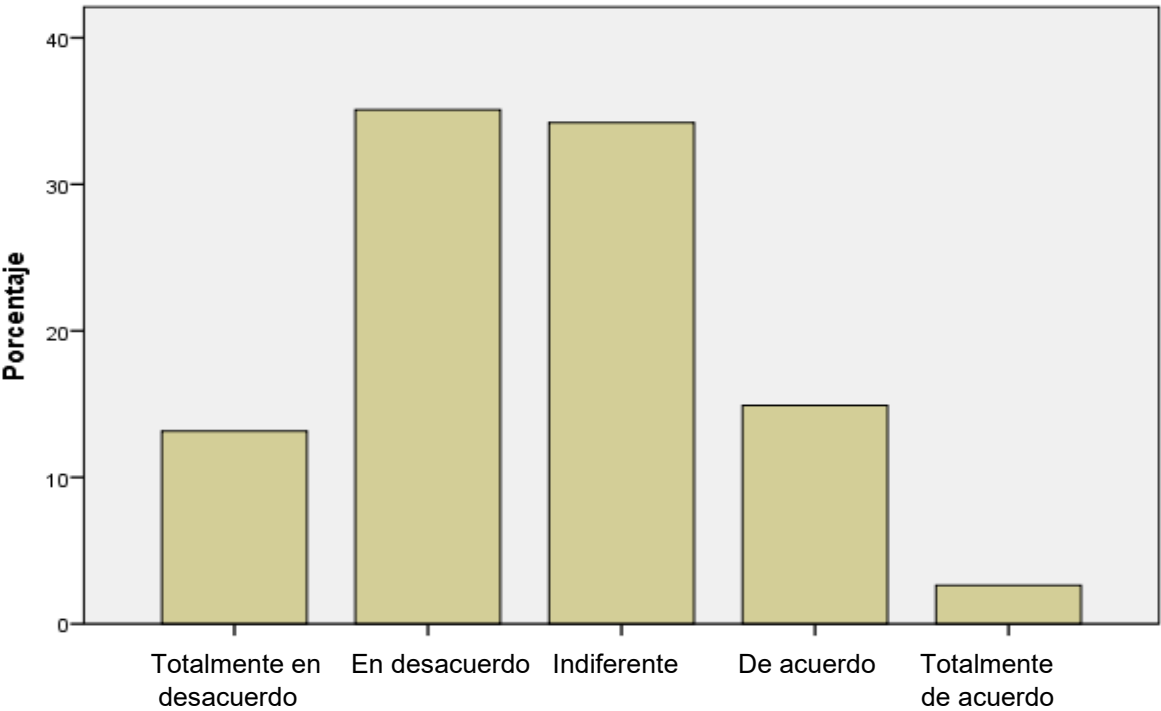


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

20.- Se incentiva a los emprendedores con apoyos económicos o con agilización de trámites

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	30	13.2	13.2	13.2
	2) En desacuerdo	80	35.1	35.1	48.2
	3) Indiferente	78	34.2	34.2	82.5
	4) De acuerdo	34	14.9	14.9	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	6	2.6	2.6	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

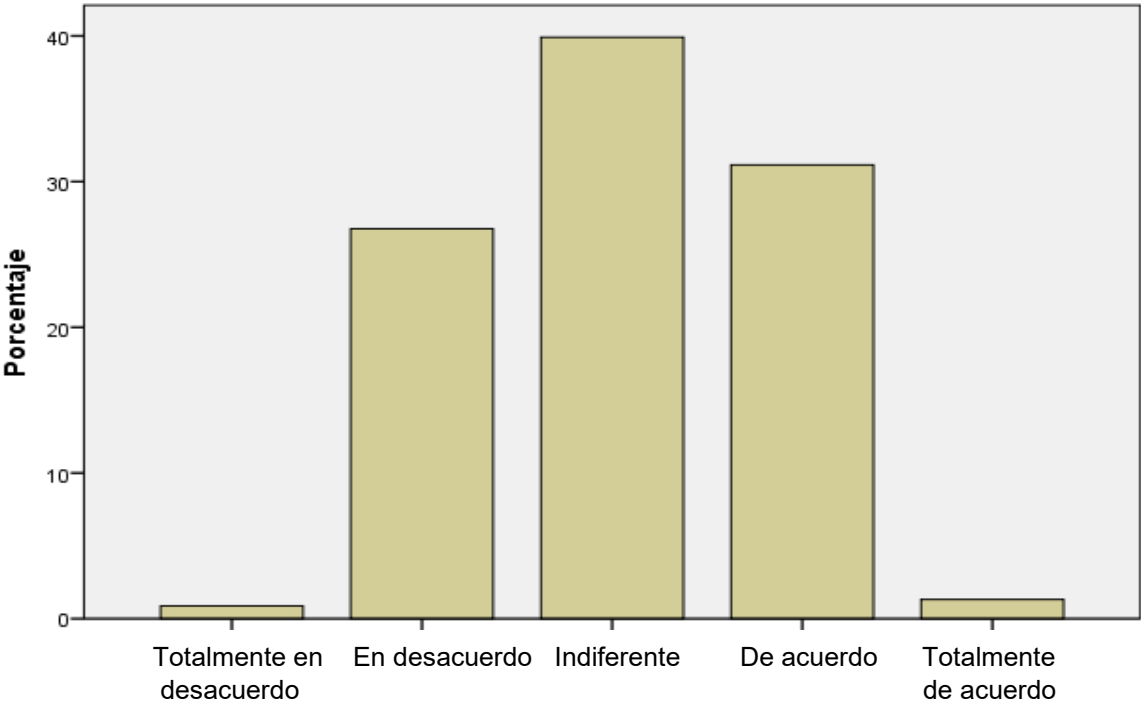


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

21.- Se desarrollan proyectos basados en Tecnologías de la Información de manera local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	2	0.9	0.9	0.9
	2) En desacuerdo	61	26.8	26.8	27.6
	3) Indiferente	91	39.9	39.9	67.5
	4) De acuerdo	71	31.1	31.1	98.7
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.3	1.3	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

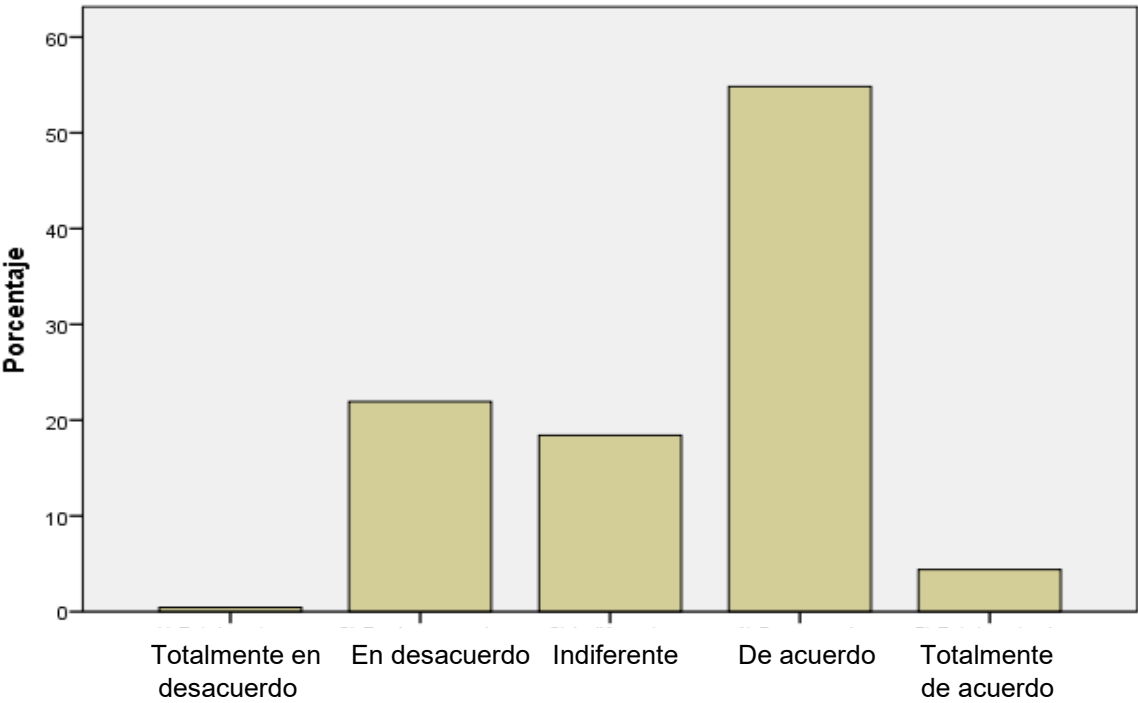


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

22.- La innovación de productos y servicios turísticos es una práctica recurrente en el centro de Sevilla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4	0.4
	2) En desacuerdo	50	21.9	21.9	22.4
	3) Indiferente	42	18.4	18.4	40.8
	4) De acuerdo	125	54.8	54.8	95.6
	5) Totalmente de acuerdo	10	4.4	4.4	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

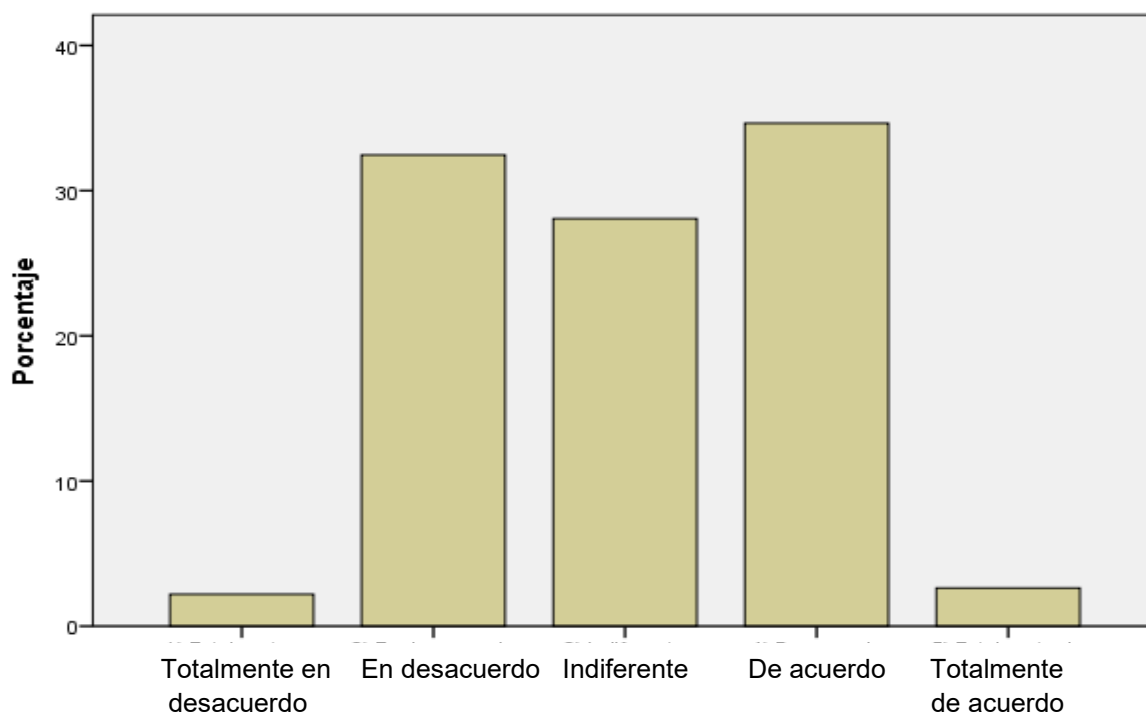


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

23.- Existe una o varias oficinas inteligentes para atención al visitante, con elementos novedosos e interactivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	5	2.2	2.2	2.2
	2) En desacuerdo	74	32.5	32.5	34.6
	3) Indiferente	64	28.1	28.1	62.7
	4) De acuerdo	79	34.6	34.6	97.4
	5) Totalmente de acuerdo	6	2.6	2.6	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

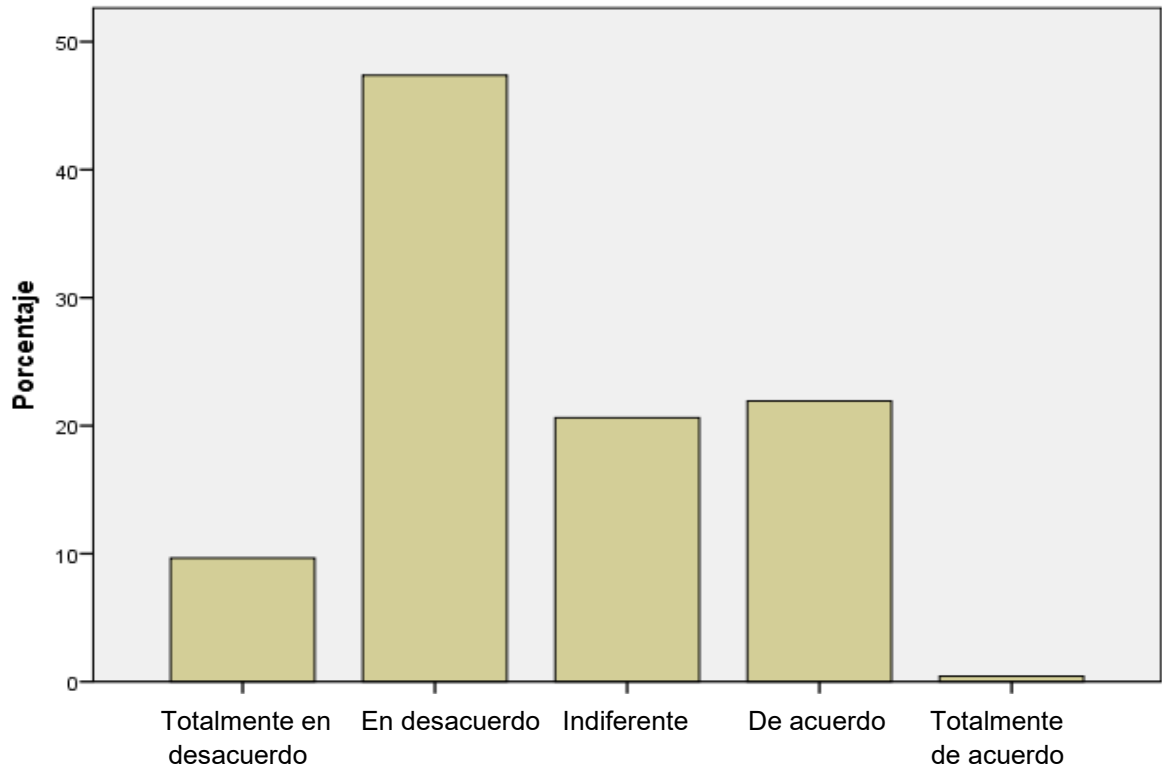


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

24.- Se ofrece wi-fi de calidad en plazas y espacios públicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	22	9.6	9.6	9.6
	2) En desacuerdo	108	47.4	47.4	57.0
	3) Indiferente	47	20.6	20.6	77.6
	4) De acuerdo	50	21.9	21.9	99.6
	5) Totalmente de acuerdo	1	0.4	0.4	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

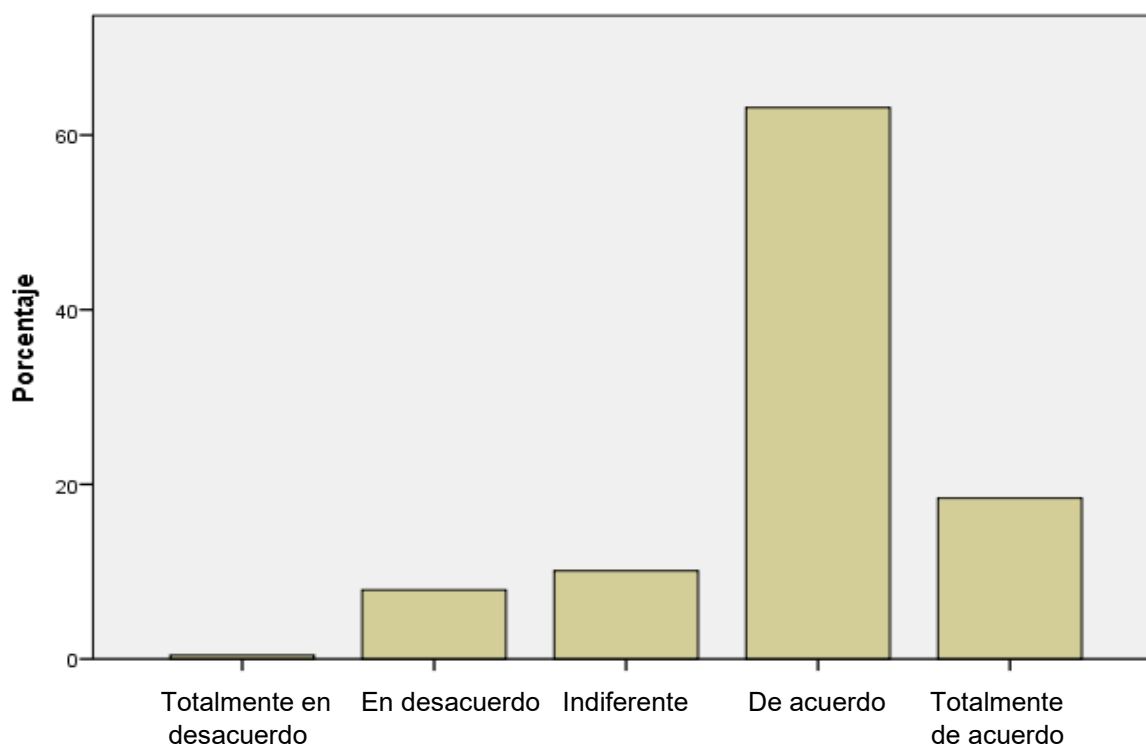


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

25.- Hay un buen servicio de wi-fi en hoteles, cafeterías, bares y restaurantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1) Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4	0.4
2) En desacuerdo	18	7.9	7.9	8.3
3) Indiferente	23	10.1	10.1	18.4
4) De acuerdo	144	63.2	63.2	81.6
5) Totalmente de acuerdo	42	18.4	18.4	100.0
Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

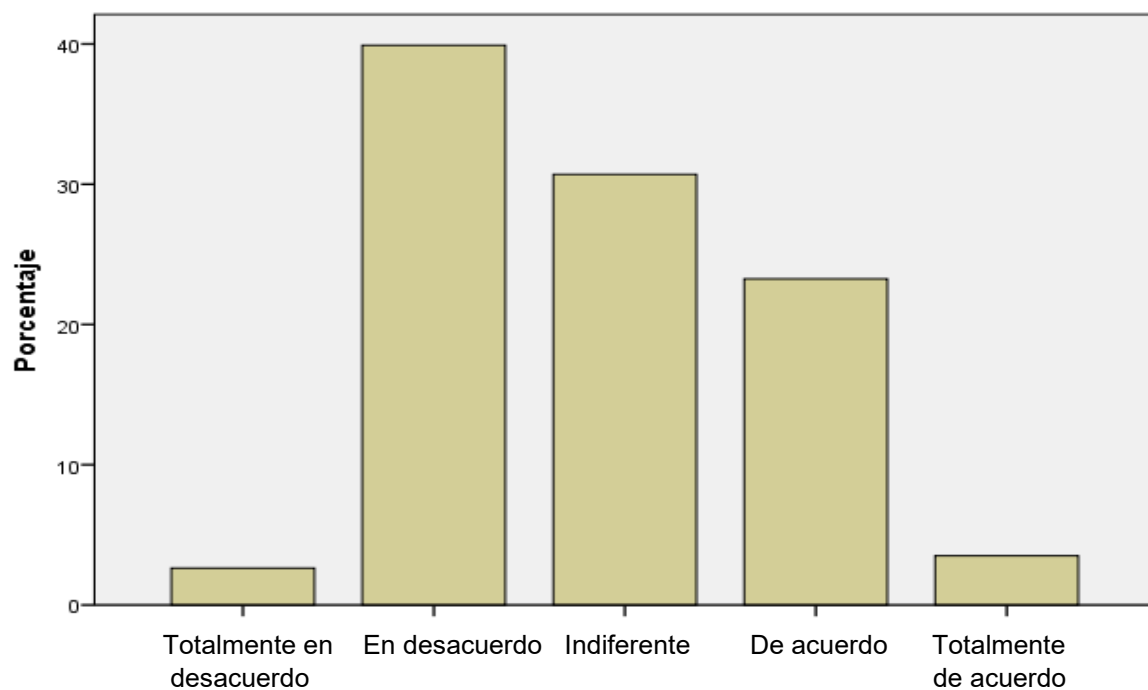


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

26.- Se cuenta con sensores inteligentes en el casco antiguo, como los de riego en jardines para ahorrar agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1) Totalmente en desacuerdo	6	2.6	2.6	2.6
2) En desacuerdo	91	39.9	39.9	42.5
3) Indiferente	70	30.7	30.7	73.2
4) De acuerdo	53	23.2	23.2	96.5
5) Totalmente de acuerdo	8	3.5	3.5	100.0
Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

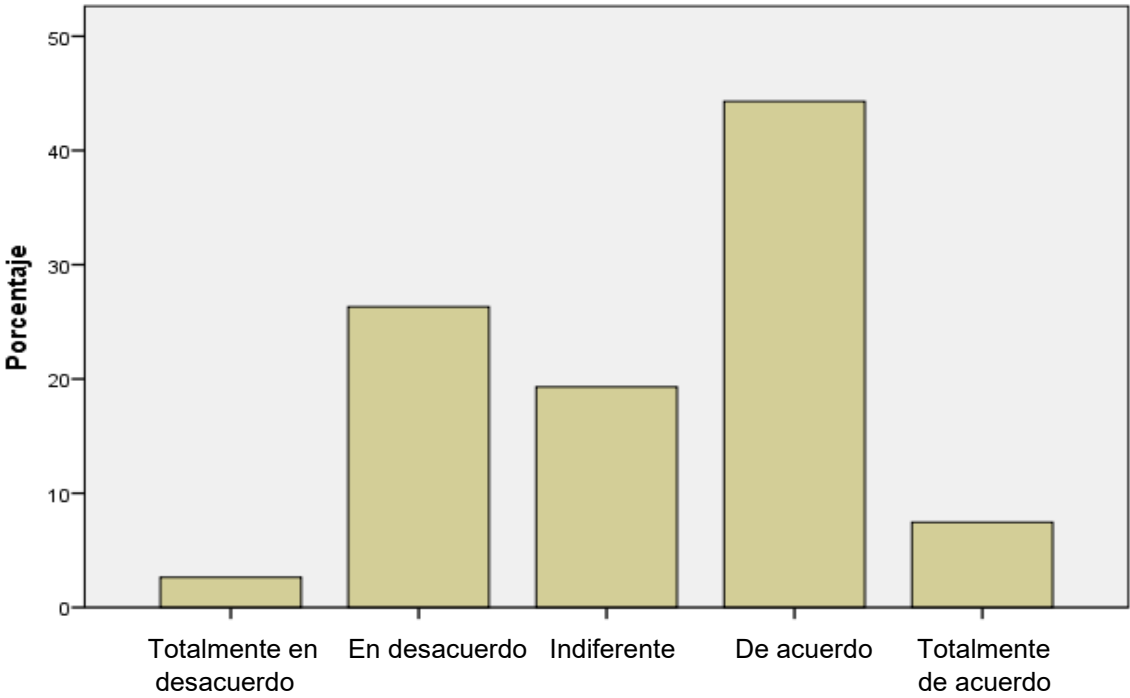


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

27.- En el centro de Sevilla hay cámaras de última generación para apoyar en seguridad y tránsito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	6	2.6	2.6	2.6
	2) En desacuerdo	60	26.3	26.3	28.9
	3) Indiferente	44	19.3	19.3	48.2
	4) De acuerdo	101	44.3	44.3	92.5
	5) Totalmente de acuerdo	17	7.5	7.5	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

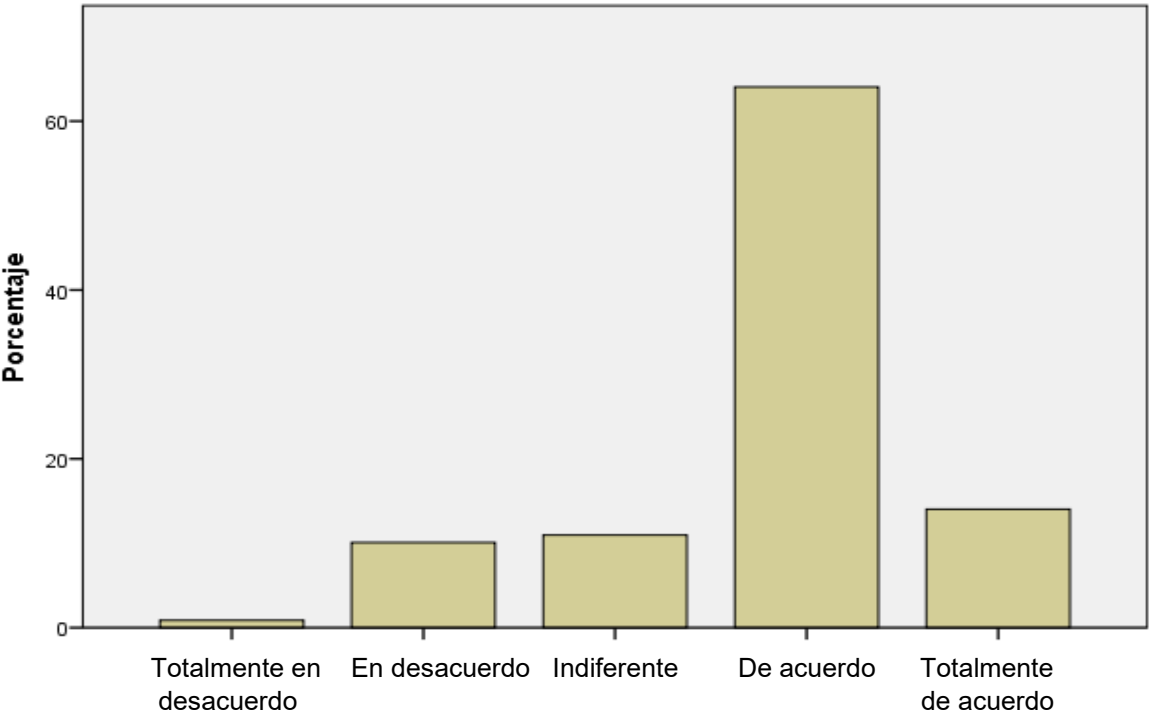


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

28.- El nivel de digitalización en los comercios es bueno, por ejemplo, terminal para tarjetas de crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	2	0.9	0.9	0.9
	2) En desacuerdo	23	10.1	10.1	11.0
	3) Indiferente	25	11.0	11.0	21.9
	4) De acuerdo	146	64.0	64.0	86.0
	5) Totalmente de acuerdo	32	14.0	14.0	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

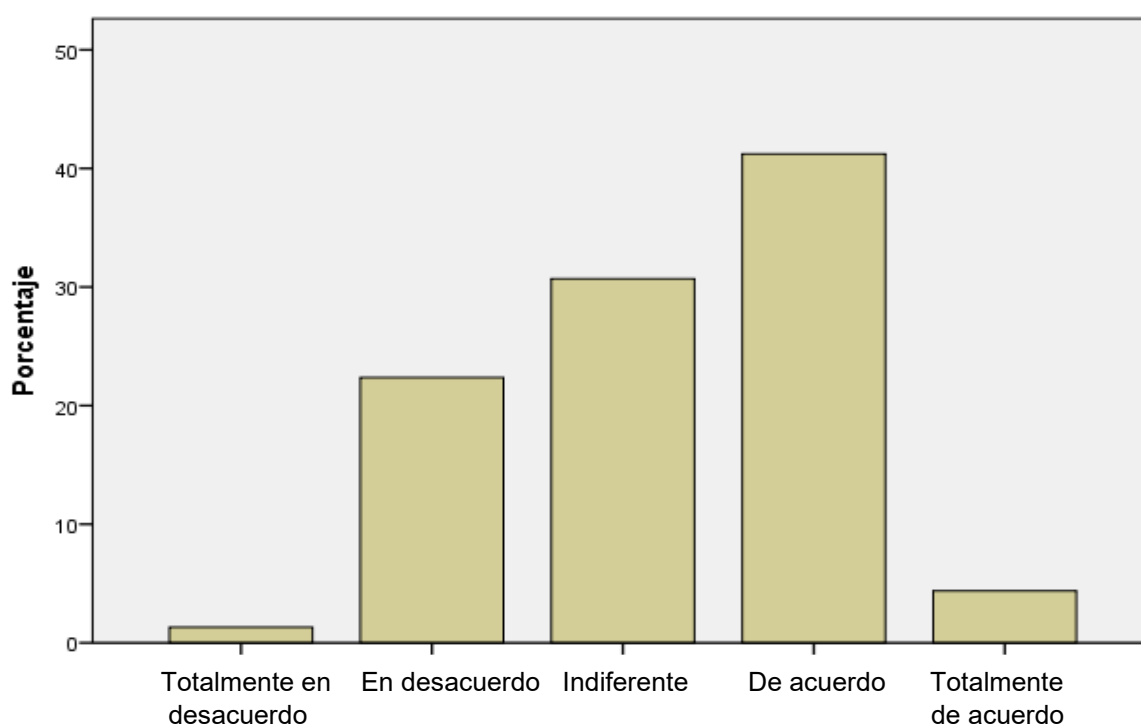


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

29.- Se usan comúnmente tecnologías como Big Data e Internet de las Cosas para conocer el perfil del visitante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	3	1.3	1.3	1.3
	2) En desacuerdo	51	22.4	22.4	23.7
	3) Indiferente	70	30.7	30.7	54.4
	4) De acuerdo	94	41.2	41.2	95.6
	5) Totalmente de acuerdo	10	4.4	4.4	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

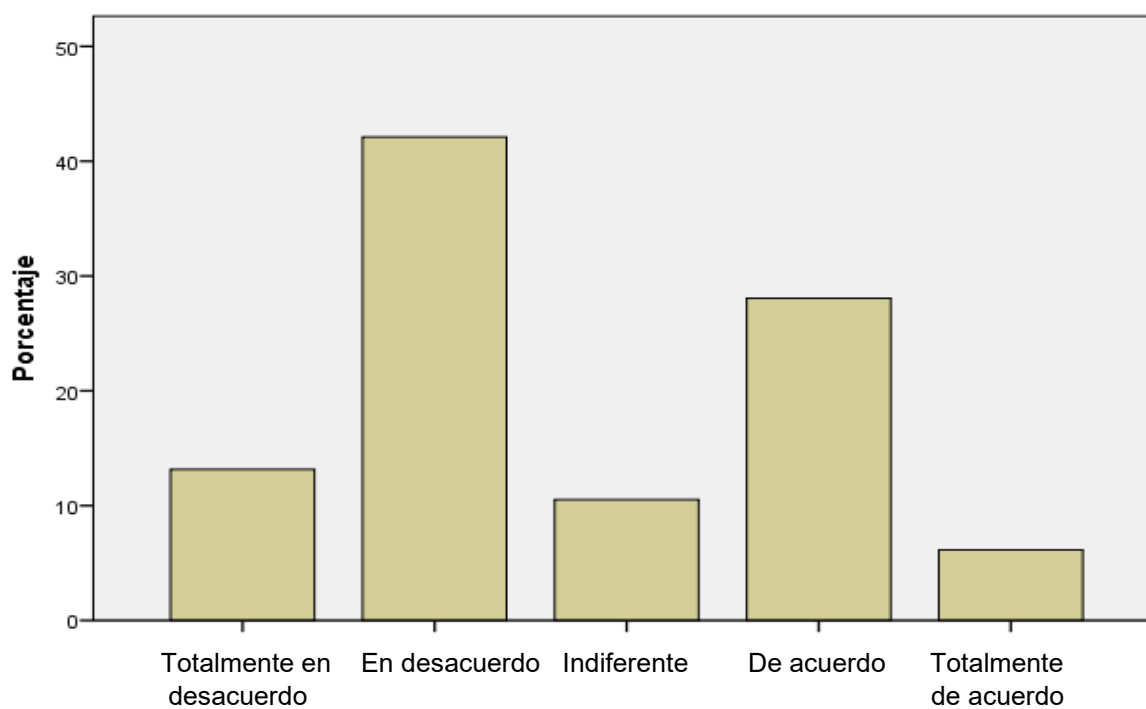


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

**30.- En el casco antiguo hay suficientes rampas, señalética y semáforos para
Personas con Discapacidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	30	13.2	13.2	13.2
	2) En desacuerdo	96	42.1	42.1	55.3
	3) Indiferente	24	10.5	10.5	65.8
	4) De acuerdo	64	28.1	28.1	93.9
	5) Totalmente de acuerdo	14	6.1	6.1	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

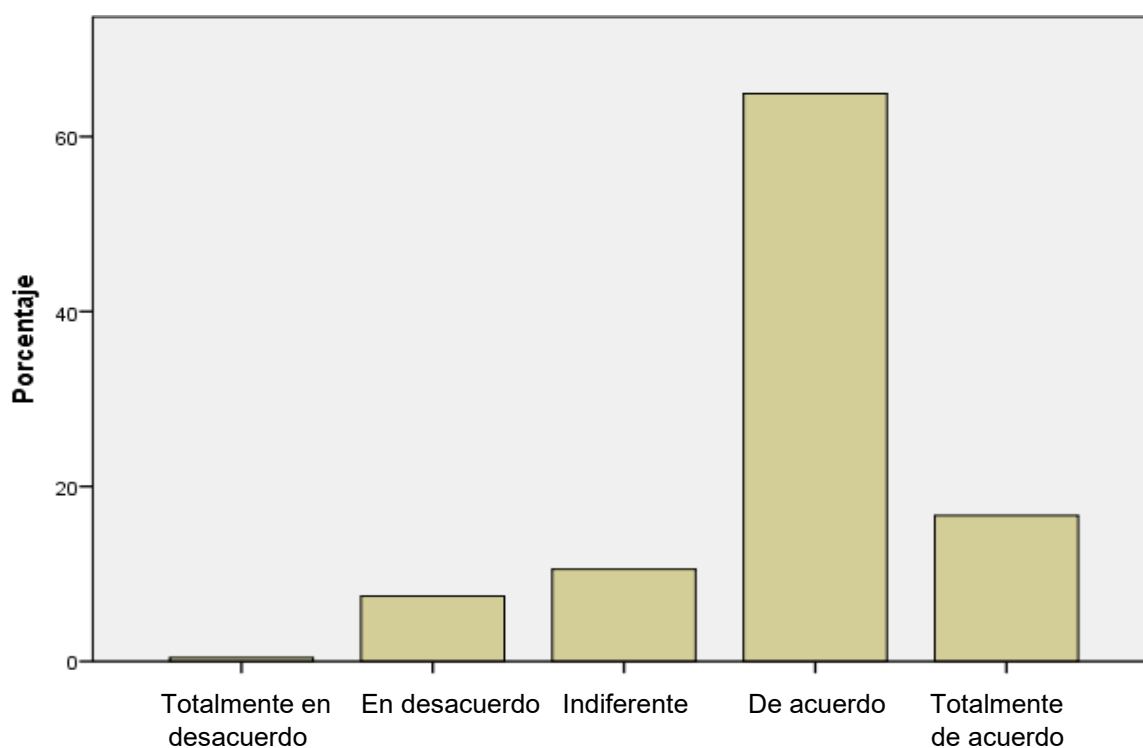


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

31.- Se cuenta con transporte público accesible a usuarios de silla de ruedas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4	0.4
	2) En desacuerdo	17	7.5	7.5	7.9
	3) Indiferente	24	10.5	10.5	18.4
	4) De acuerdo	148	64.9	64.9	83.3
	5) Totalmente de acuerdo	38	16.7	16.7	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

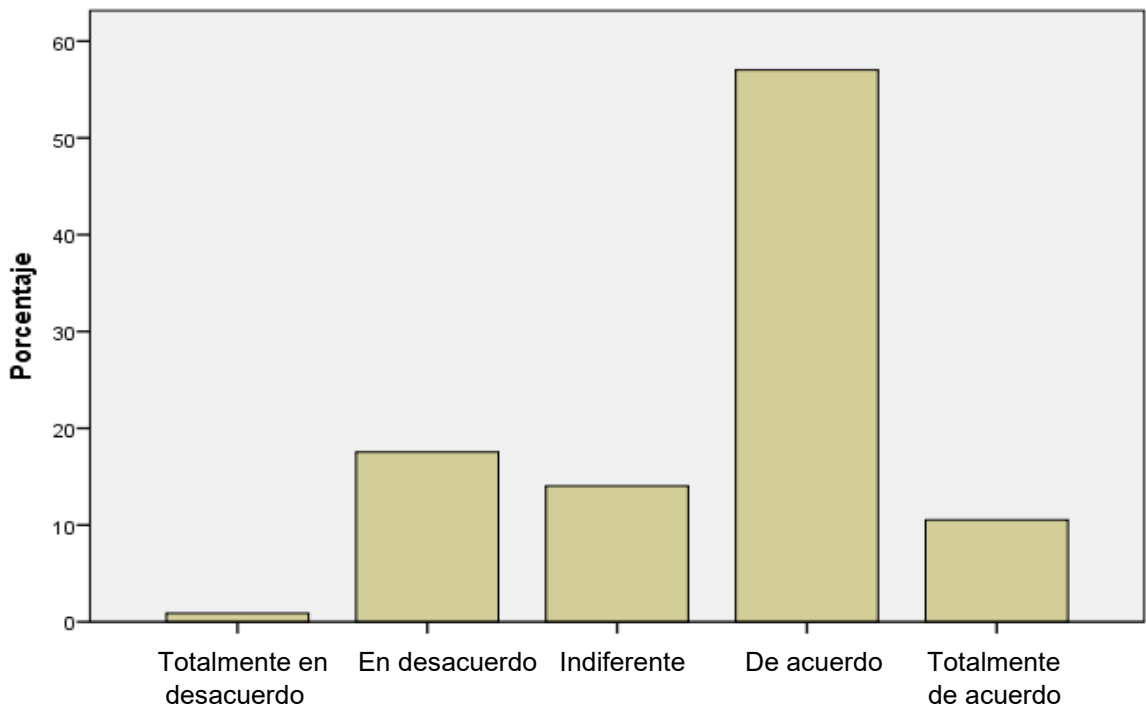


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

32.- La cultura de la accesibilidad está presente en los sitios de interés del Casco Antiguo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	2	0.9	0.9	0.9
	2) En desacuerdo	40	17.5	17.5	18.4
	3) Indiferente	32	14.0	14.0	32.5
	4) De acuerdo	130	57.0	57.0	89.5
	5) Totalmente de acuerdo	24	10.5	10.5	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

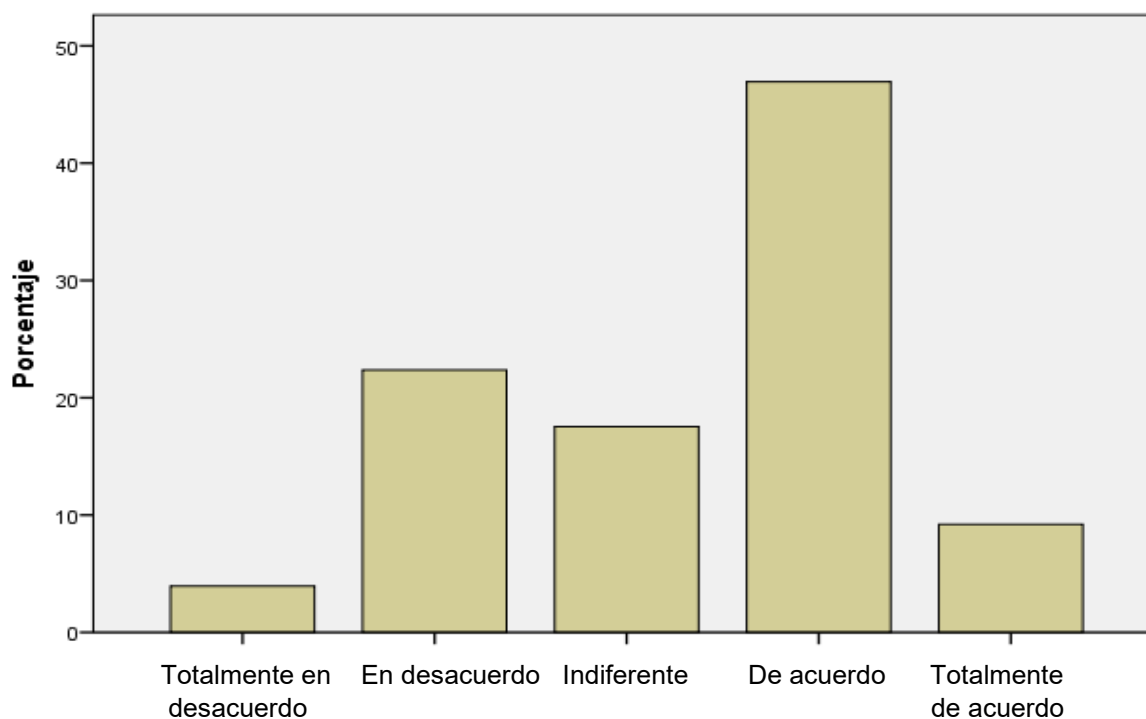


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

33.- El personal de hotelería y restaurantes está capacitado para atender Personas con Discapacidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	9	3.9	3.9	3.9
	2) En desacuerdo	51	22.4	22.4	26.3
	3) Indiferente	40	17.5	17.5	43.9
	4) De acuerdo	107	46.9	46.9	90.8
	5) Totalmente de acuerdo	21	9.2	9.2	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

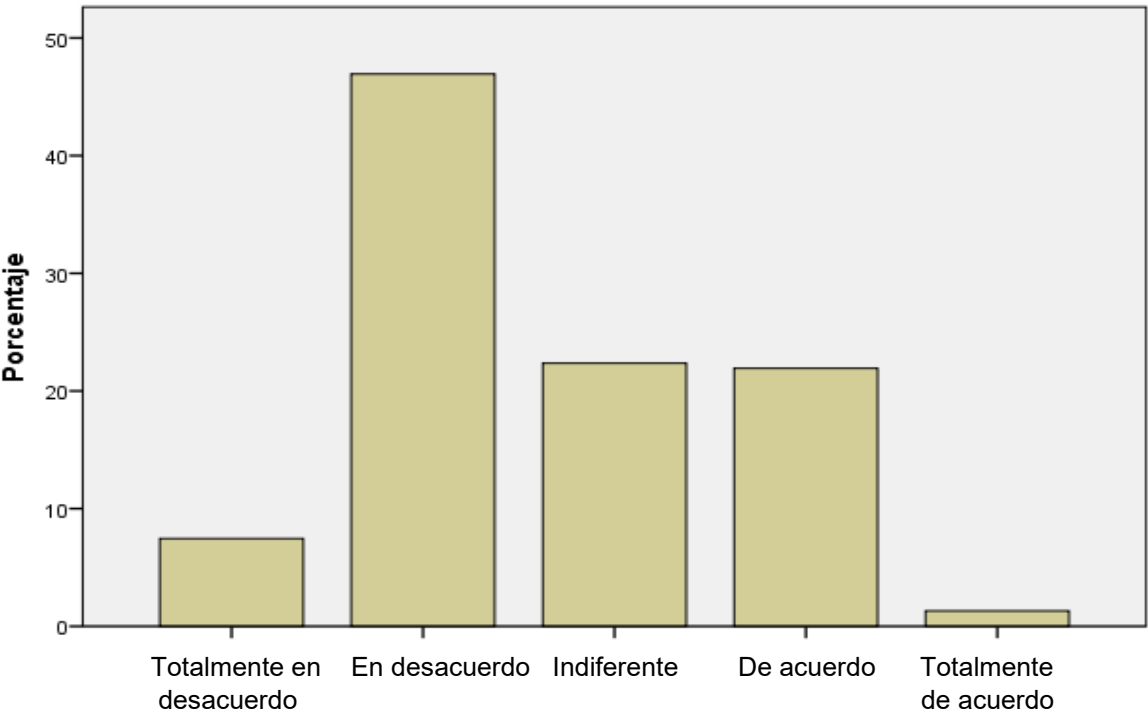


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

34.- Existen recursos informativos físicos o digitales para personas ciegas o sordas en diversos establecimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	17	7.5	7.5	7.5
	2) En desacuerdo	107	46.9	46.9	54.4
	3) Indiferente	51	22.4	22.4	76.8
	4) De acuerdo	50	21.9	21.9	98.7
	5) Totalmente de acuerdo	3	1.3	1.3	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

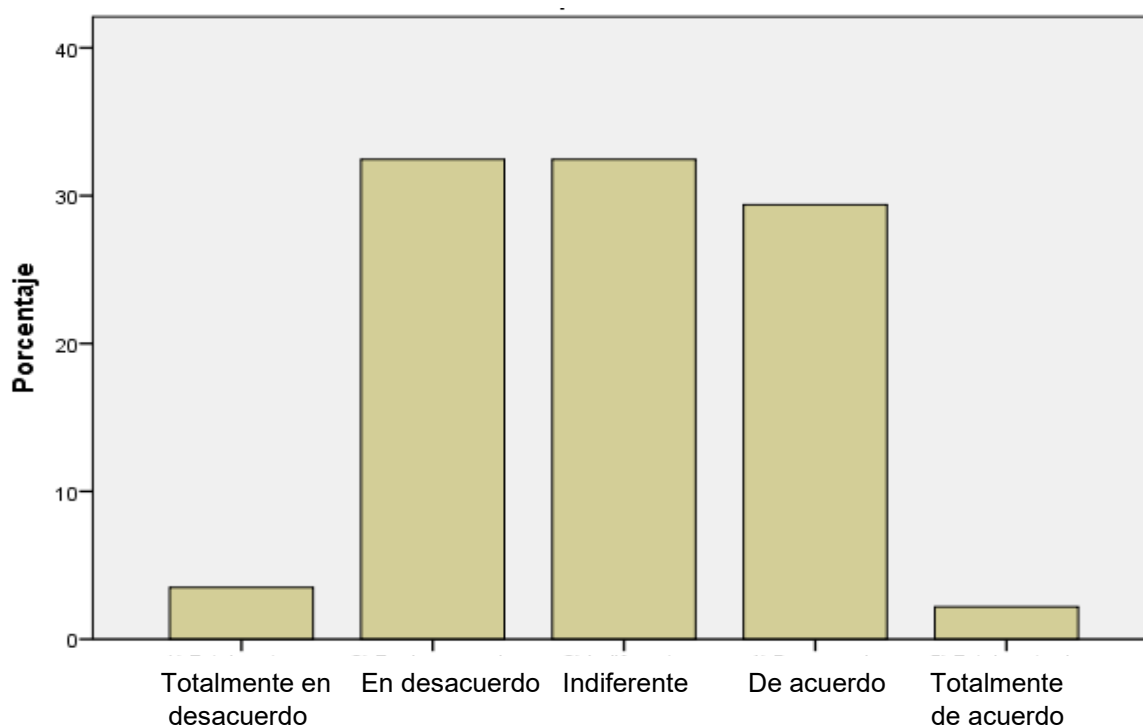


Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

35.- Se promueve uno o más recorridos turísticos accesibles a Personas con Discapacidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1) Totalmente en desacuerdo	8	3.5	3.5	3.5
	2) En desacuerdo	74	32.5	32.5	36.0
	3) Indiferente	74	32.5	32.5	68.4
	4) De acuerdo	67	29.4	29.4	97.8
	5) Totalmente de acuerdo	5	2.2	2.2	100.0
	Total	228	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).



Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

Kenitay Solorio Pompa

FACTORES DEL TURISMO INTELIGENTE QUE INCIDEN A NIVEL TERRITORIAL EN LOS DESTINOS URBANOS PATRIMO...

 Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:594747984

Fecha de entrega

26 may 2026, 8:56 a.m. GMT-6

Fecha de descarga

26 may 2026, 9:05 a.m. GMT-6

Nombre del archivo

FACTORES DEL TURISMO INTELIGENTE QUE INCIDEN A NIVEL TERRITORIAL EN LOS DESTINOS UR....pdf

Tamaño del archivo

7.9 MB

389 páginas

84.402 palabras

462.555 caracteres

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 8%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
283 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Formato de Declaración de Originalidad y Uso de Inteligencia Artificial

Coordinación General de Estudios de Posgrado
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo



A quien corresponda,

Por este medio, quien abajo firma, bajo protesta de decir verdad, declara lo siguiente:

- Que presenta para revisión de originalidad el manuscrito cuyos detalles se especifican abajo.
- Que todas las fuentes consultadas para la elaboración del manuscrito están debidamente identificadas dentro del cuerpo del texto, e incluidas en la lista de referencias.
- Que, en caso de haber usado un sistema de inteligencia artificial, en cualquier etapa del desarrollo de su trabajo, lo ha especificado en la tabla que se encuentra en este documento.
- Que conoce la normativa de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en particular los Incisos IX y XII del artículo 85, y los artículos 88 y 101 del Estatuto Universitario de la UMSNH, además del transitorio tercero del Reglamento General para los Estudios de Posgrado de la UMSNH.

Datos del manuscrito que se presenta a revisión		
Programa educativo	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	
Título del trabajo	FACTORES DEL TURISMO INTELIGENTE QUE INCIDEN A NIVEL TERRITORIAL EN LOS DESTINOS URBANOS PATRIMONIALES: LOS CASOS DE MORELIA, MÉXICO Y SEVILLA, ESPAÑA	
	Nombre	Correo electrónico
Autor/es	Kenitay Solorio Pompa	1838150h@umich.mx
Director	José Odón García García	odon.garcia@umich.mx
Codirector	Enrique Armas Arévalos	enrique.armas@umich.mx
Coordinador del programa	Antonio Favila Tello	doc.cs.desarrollo.regional@umich.mx

Uso de Inteligencia Artificial		
Rubro	Uso (sí/no)	Descripción
Asistencia en la redacción	Sí	En el caso del Marco teórico, algunos párrafos tienen el extracto fundamental con palabras adecuadas al uso científico

Formato de Declaración de Originalidad y Uso de Inteligencia Artificial

Coordinación General de Estudios de Posgrado
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo



Uso de Inteligencia Artificial		
Rubro	Uso (sí/no)	Descripción
Traducción al español	No	
Traducción a otra lengua	No	
Revisión y corrección de estilo	No	
Análisis de datos	No	
Búsqueda y organización de información	Sí	Organización de información en tablas
Formateo de las referencias bibliográficas	No	
Generación de contenido multimedia	No	
Otro	No	

Datos del solicitante	
Nombre y firma	Kenitay Solorio Pompa
Lugar y fecha	Morelia, Michoacán a 25 de mayo de 2026