



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**

**Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales  
Maestría en Políticas Públicas**

**“Estrategias de Política Pública Para la Competitividad del Programa  
Ruta Turística Don Vasco, 2015-2017”**

**TESIS  
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN POLÍTICAS  
PÚBLICAS**

**PRESENTA:  
María Eugenia Rodríguez Reyes**

**Directora de tesis:  
Dra. América Ivonne Zamora Torres**

Morelia, Michoacán; agosto de 2020.

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS**

**ACTA DE REVISIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Morelia, Michoacán, el día 13 de agosto de 2020, los miembros de la Mesa Sinodal designada por el H. Consejo Técnico del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, aprobaron para presentar en examen de grado la tesis titulada:

***Estrategias de Política Pública para la competitividad del Programa ruta turística Don Vasco, 2015-2017***

Presentada por la estudiante:

***María Eugenia Rodríguez Reyes***

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

**MESA SINODAL**

Director de tesis

**Dra. América Ivonne Zamora Torres**

Primer vocal

Segundo vocal

**Dr. Mario Gómez Aguirre**

**Dr. Francisco Javier Ayvar Campos**

Tercer vocal

Cuarto vocal

**Dr. José Odón García García**

**Dr. Carlos Francisco Ortiz Paniagua**

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS**  
**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS**

En la Ciudad de Morelia, Michoacán, el día 13 de agosto de 2020, la que suscribe **MARÍA EUGENIA RODRIGUEZ REYES**, estudiante del programa de Maestría Políticas Públicas adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), manifiesta ser la autora intelectual del presente trabajo de tesis, desarrollado bajo la dirección de la Dra. **AMÉRICA IVONNE ZAMORA TORRES**, y cede los derechos del trabajo titulado **“ESTRATEGIAS DE POLÍTICA PÚBLICA PARA LA COMPETITIVIDAD DEL PROGRAMA RUTA TURÍSTICA DON VASCO, 2016-2017”** a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines estrictamente académicos.

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

---

**MARÍA EUGENIA RODRIGUEZ REYES**

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

**MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS**

**CARTA DE ORIGINALIDAD**

A QUIEN CORRESPONDA. –

Por este medio se hace constar que el trabajo de tesis titulado **Estrategias de Política Pública para la competitividad del Programa ruta turística Don Vasco, 2015-2017** realizado por el alumno **María Eugenia Rodríguez Reyes** con matrícula 0804048X de la Maestría en Políticas Públicas, dirigido por la **Dra. América Ivonne Zamora Torres**, fue analizado a través de la herramienta de detección de plagio plagscan.

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

Los resultados del análisis se encuentran bajo resguardo de la coordinación de la Maestría en Políticas Públicas y de la Secretaria Académica del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

ATENTAMENTE. –

Morelia, Mich., a 13 de agosto de 2020.

**Dra. América Ivonne Zamora Torres**  
Director de Tesis

**María Eugenia Rodríguez Reyes**  
Alumno

## *Dedicatoria*

A Dios, por haberme permitido llegar a cumplir esta meta profesional.

A la Lic. Guadalupe Pineda Martínez por su apoyo incondicional en las adversidades. A la Mtra. Sandra Luz Pineda Orrostieta por impulsar mis metas y aspiraciones profesionales.

## Agradecimientos

A la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, honorable institución que fue mi casa por 11 años y que me brindó la oportunidad de prepararme profesionalmente.

Al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, por darme la oportunidad de continuar con mi preparación profesional.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo económico brindado para la realización de este posgrado.

A los miembros de la honorable mesa sinodal por sus importantes aportaciones:

Dr. Francisco Javier Ayvar Campos

Dr. Mario Gómez Aguirre

Dr. José Odón García García

Dr. Francisco Ortiz Paniagua

A la Dra. América Ivonne Zamora Torres, por su paciencia y apoyo durante la realización de la tesis. Por sus invaluable enseñanzas y consejos brindados.

# ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>2</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS</b> .....	<b>8</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>9</b>
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b> .....	<b>10</b>
<b>SIGLAS</b> .....	<b>12</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>13</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>14</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>15</b>
<b>Capítulo I</b> .....	<b>19</b>
<b>Fundamentos de la investigación</b> .....	<b>19</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	19
1.1.1. Descripción del problema .....	20
1.2. Preguntas de investigación .....	21
1.2.1. Pregunta general.....	21
1.2.2. Preguntas específicas .....	21
1.3. Objetivos de la investigación.....	22
1.3.1. Objetivo general .....	22
1.3.2. Objetivos específicos.....	22
1.4. Justificación .....	23
1.4.1. Trascendencia .....	23
1.4.2. Horizonte temporal y espacial .....	24
1.4.3. Viabilidad de la investigación.....	24
1.5. Hipótesis de la investigación.....	24
1.5.1. Hipótesis general.....	25

1.6.	Identificación de variables.....	25
1.6.1.	Variable dependiente .....	25
1.6.2.	Variable independiente.....	25
1.7.	Tipo de investigación .....	26
 <b>Capítulo II.....</b>		<b>27</b>
<b>Marco contextual del sector turístico .....</b>		<b>27</b>
2.1.	Contexto del sector turístico en el mundo .....	27
2.1.1.	La importancia económica del turismo en el mundo .....	28
2.1.2.	Principales destinos turísticos en el mundo, según la OTM. ....	29
2.2.	El turismo: un fenómeno económico y social.....	30
2.2.1.	Tendencias del turismo en el mundo.....	31
2.3.	Contexto nacional del turismo en México .....	32
 <b>Capítulo III.....</b>		<b>34</b>
<b>La Ruta Don Vasco.....</b>		<b>35</b>
3.1.	Primera etapa de la Ruta Turística Don Vasco.....	35
3.2.	Segunda etapa de la Ruta Turística Don Vasco.....	41
 <b>Capítulo IV.....</b>		<b>46</b>
<b>Las Políticas públicas .....</b>		<b>46</b>
4.2.	Conceptualización de las políticas publicas .....	46
4.3.	Etapas de las políticas públicas .....	49
4.4.	Evaluación de políticas publicas .....	52
4.5.	Ciclo de las políticas publicas.....	54
4.6.	Política de turismo .....	56
 <b>Capítulo V .....</b>		<b>57</b>
<b>Marco teórico del turismo.....</b>		<b>57</b>
5.1.	Conceptualización del turismo.....	57
5.2.	Antecedentes y principales aportes al turismo.....	59
5.3.	El Sistema turístico .....	62
5.3.1.	Sistema turístico de cuervo .....	62

5.3.2.	Sistema turístico de Leiper .....	63
5.3.3.	Sistema turístico de Molina .....	64
5.3.4.	Sistema turístico de Beni .....	65
5.4.	Componentes del turismo.....	66
5.5.	Los productos turísticos .....	67
5.5.1.	Composición del producto turístico por actividades de servicio. ....	68
5.5.	Aspectos teóricos de la competitividad .....	69
5.5.1.	La competitividad .....	69
5.5.2.	Ventajas comparativas y ventajas competitivas .....	71
5.6.	Modelos de competitividad.....	72
<b>Capítulo VI.....</b>		<b>76</b>
<b>Revisión de literatura .....</b>		<b>76</b>
<b>Capítulo VII .....</b>		<b>83</b>
<b>Metodología.....</b>		<b>83</b>
7.1.	Análisis de clúster jerárquicos .....	83
7.1.1.	Definición de la técnica: clúster jerárquico y aglomerativo .....	84
7.1.2.	Etapas en Análisis Clúster .....	86
7.2.	Análisis de k-medias .....	89
7.3.	Universo de estudio .....	91
7.4.	Muestra de estudio .....	91
7.5.	Dimensión de variables.....	91
<b>Capítulo VIII.....</b>		<b>93</b>
<b>Resultados .....</b>		<b>93</b>
8.1.	Análisis de resultados año 2015 .....	93
8.1.1.	Programas de política pública enfocados al turismo .....	93
8.1.2.	Servicios de atracción turística .....	97
8.1.4.	Servicios recreativos complementarios al turismo .....	101
8.1.5.	Transporte al servicio del turismo .....	105
8.1.6.	Capacitación turística.....	109
8.1.7.	Infraestructura e inversión .....	114

8.1.8.	Calidad en infraestructura .....	117
8.2.	Análisis de resultados año 2017 .....	122
8.2.1.	Programas de política pública enfocados al turismo .....	122
8.2.2.	Servicios de atracción turística .....	127
8.2.3.	Servicios recreativos complementarios al turismo .....	133
8.2.4.	Servicios de transporte .....	138
8.2.5.	Capacitación turística.....	142
8.2.6.	Infraestructura e inversión .....	145
8.2.7.	Calidad en infraestructura .....	149
8.3.	Comparativa de resultados entre variables .....	154
8.3.1.	Programas de política pública enfocados al turismo .....	154
8.3.2.	Servicios de atracción turística. ....	154
8.3.3.	Servicios recreativos complementarios al turismo .....	154
8.3.4.	Transporte al servicio del turismo .....	154
8.3.5.	Capacitación turística.....	155
8.3.6.	Infraestructura e inversión.....	155
<b>Capítulo IX.....</b>		<b>158</b>
<b>Propuesta de Estrategias de Políticas Públicas para la Ruta Don Vasco .....</b>		<b>158</b>
<b>Conclusiones y recomendaciones .....</b>		<b>163</b>
Bibliografía.....		165
Anexos.....		171
	Anexo 1. Base de datos año 2015 .....	171
	Anexo 2. Base de datos año 2017 .....	172

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Llegada de turistas internacionales y los ingresos por turismo</i> .....	30
<i>Tabla 2 Escenario Conservador 2008-2030</i> .....	44
<i>Tabla 3 Resumen de Metas del Desarrollo Turístico</i> .....	45
<i>Tabla 4 Dimensión de las variables</i> .....	92
<i>Tabla 5 Clúster de pertenencia de la variable programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	94
<i>Tabla 6 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	94
<i>Tabla 7 ANOVA de la variable programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	95
<i>Tabla 8 Clúster respecto a la variable de Programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	97
<i>Tabla 9 Clúster de pertenencia de la variable programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	98
<i>Tabla 10 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios de atracción turística</i> .....	98
<i>Tabla 11 ANOVA de la variable servicios de atracción turística</i> .....	99
<i>Tabla 12 Clúster respecto a la variable de Servicios de atracción turística</i> .....	101
<i>Tabla 13 Clúster de pertenencia de la variable servicios recreativos complementarios al turismo</i> .....	102
<i>Tabla 14 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios recreativos complementarios al turismo</i> .....	102
<i>Tabla 15 ANOVA de la variable servicios recreativos complementarios al turismo</i> .....	103
<i>Tabla 16 Clúster respecto a la variable de Servicios recreativos complementarios al turismo</i> .....	105
<i>Tabla 17 Clúster de pertenencia de la variable servicios de transporte</i> .....	106
<i>Tabla 18 distancias entre centros de clústeres finales</i> .....	106
<i>Tabla 19 ANOVA de la variable transporte al servicio del turismo</i> .....	107
<i>Tabla 20 clúster respecto a la variable de Servicios de transporte</i> .....	109
<i>Tabla 21 clúster de pertenencia de la variable capacitación turística</i> .....	110
<i>Tabla 22 distancias entre centros de clústeres finales de la variable capacitación turística</i> .....	110
<i>Tabla 23 ANOVA de la variable capacitación turística</i> .....	111
<i>Tabla 24 clúster respecto a la variable de capacitación turística</i> .....	113
<i>Tabla 25 clúster de pertenencia de la variable de infraestructura e inversión</i> .....	114
<i>Tabla 26 distancias entre centros de clústeres finales de la variable de infraestructura e inversión</i> .....	115
<i>Tabla 27 ANOVA de la variable infraestructura e inversión</i> .....	115
<i>Tabla 28 Clúster respecto a la variable infraestructura e inversión</i> .....	117
<i>Tabla 29 Clúster de pertenencia de la variable calidad en infraestructura</i> .....	118
<i>Tabla 30 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable calidad en infraestructura</i> .....	118
<i>Tabla 31 ANOVA de la variable calidad en infraestructura</i> .....	119
<i>Tabla 32 Clúster respecto a la variable Calidad en infraestructura</i> .....	121
<i>Tabla 33 clúster de pertenencia de la variable programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	122
<i>Tabla 34 distancias entre centros de clústeres finales de la variable programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	123
<i>Tabla 35 ANOVA de la variable programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	124
<i>Tabla 36 Clúster respecto a la variable de Programas de política pública enfocados al turismo</i> .....	126
<i>Tabla 37 Clúster de pertenencia de la variable servicios de atracción turística</i> .....	128
<i>Tabla 38 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios de atracción turística</i> ...	129
<i>Tabla 39 ANOVA de la variable servicios de atracción turística</i> .....	130
<i>Tabla 40 Clúster respecto a la variable de Servicios de atracción turística</i> .....	132
<i>Tabla 41 Clúster de pertenencia de la variable servicios recreativos complementarios al turismo</i> .....	133
<i>Tabla 42 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios recreativos complementarios al turismo</i> .....	134

<i>Tabla 43 ANOVA de la variable servicios recreativos complementarios al turismo .....</i>	<i>135</i>
<i>Tabla 44 Clúster respecto a la variable de Servicios recreativos complementarios al turismo .....</i>	<i>137</i>
<i>Tabla 45 Clúster de pertenencia de la variable servicios de transporte .....</i>	<i>138</i>
<i>Tabla 46 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios de transporte .....</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 47 ANOVA de la variable Servicios de transporte .....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 48 Clúster respecto a la variable de Servicios de transporte .....</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 49 Clúster de pertenencia de la variable capacitación turística.....</i>	<i>142</i>
<i>Tabla 50 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable de capacitación turística .....</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 51 ANOVA para la variable de capacitación turística.....</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 52 Clúster respecto a la variable de capacitación turística .....</i>	<i>145</i>
<i>Tabla 53 Clúster de pertenencia de la variable infraestructura e inversión .....</i>	<i>146</i>
<i>Tabla 54 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable infraestructura e inversión.....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 55 ANOVA de la variable de infraestructura e inversión .....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 56 Clúster respecto a la variable infraestructura e inversión .....</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 57 Clúster de pertenencia de la variable calidad en infraestructura.....</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 58 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable calidad en infraestructura.....</i>	<i>151</i>
<i>Tabla 59 ANOVA de la variable calidad en infraestructura .....</i>	<i>151</i>
<i>Tabla 60 Clúster respecto a la variable Calidad en infraestructura.....</i>	<i>153</i>

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<i>Grafico 1 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>95</i>
<i>Grafico 2 Dendrograma municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>100</i>
<i>Grafico 3 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>104</i>
<i>Grafico 4 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>108</i>
<i>Grafico 5 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>112</i>
<i>Grafico 6 Dendrograma de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>116</i>
<i>Grafico 7 Dendrograma de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>120</i>
<i>Grafico 8 Dendrograma de los municipios dela la Ruta Don Vasco.....</i>	<i>125</i>
<i>Grafico 9 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>131</i>
<i>Grafico 10 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>136</i>
<i>Grafico 11 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>140</i>
<i>Grafico 12 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>144</i>
<i>Grafico 13 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>148</i>
<i>Grafico 14 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco .....</i>	<i>152</i>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i>	<i>Localización del Estado de Michoacán (México) y de la Ruta Don Vasco</i>	<i>35</i>
<i>Figura 2</i>	<i>Trayectos de la Ruta Don Vasco Morelia-Zona Lacustre - Meseta Purépecha</i>	<i>35</i>
<i>Figura 3</i>	<i>División territorial de lo que comprende el trayecto de la Ruta Don Vasco</i>	<i>38</i>
<i>Figura 4</i>	<i>Etapas que abarca el programa con sus respectivos municipios</i>	<i>42</i>
<i>Figura 5</i>	<i>Etapas de las políticas públicas</i>	<i>51</i>
<i>Figura 6</i>	<i>Modelo del Sistema turístico de Leiper Fuente: Adaptada de Leiper</i>	<i>63</i>
<i>Figura 7</i>	<i>La imagen representa el sistema turístico de Molina</i>	<i>65</i>
<i>Figura 8</i>	<i>Componentes del turismo según la OMT</i>	<i>67</i>
<i>Figura 9</i>	<i>Composición del producto turismo por actividades y servicio</i>	<i>68</i>

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Agentes turísticos:** Profesional encargado de investigar y/o gestionar los recursos y posibilidades turísticas de una determinada zona geográfica (ciudad, región, etc.) Con la finalidad de proceder a la elaboración y comercialización de planes de desarrollo en función de la posible demanda como lo refiere la SECTUR.

**Destino turístico:** Se concibe como una zona identificada de manera independiente, que se promueve como lugar que los turistas pueden visitar y donde una o varias instancias gubernamentales u organizaciones coordinan el producto turístico que ofrece (comunidades europeas, 2002).

**Producto turístico:** De acuerdo a la SECTUR, un producto es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística:

- A.- Producción de bienes
- B.- Las agencias de viajes y
- C.- Los operadores turísticos

**Turismo cultural:** Se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Los turistas con interés especial en la cultura corresponden al segmento del turismo cultural, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje (SECTUR, 2015).

**Política turística:** La Organización Mundial del Turismo (OMT) define Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública.

**Competitividad turística:** Es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permiten sostener los recursos locales y conservar su posición en un mercado respecto de sus competidores (Hassan, 2000).

**Patrimonio cultural:** Elementos y manifestaciones, tangibles e intangibles, producidos a lo largo del tiempo, incluido el actual, valorados por la comunidad de un lugar, identificándola y diferenciándola de otras. (CESTUR, 2012)

**Recursos naturales:** De acuerdo con la SECTUR un recurso natural son aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin la alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir al bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ambientales).

**Recursos culturales:** Bien material o inmaterial que revela la identidad, los valores, y las creencias de una sociedad, tales como monumentos de arquitectura, de arte o de historia; religiosos o seculares, sitios arqueológicos, grupos de construcciones de interés histórico y artístico, obras de arte, manuscritos, libros y colecciones científicas. (CESTUR, 2012)

**Turista:** persona que se desplaza a un lugar diferente a donde mantiene su residencia habitual, por un periodo no superior a doce meses, y cuyo motivo principal de visita no es ejercer una actividad remunerada de acuerdo a la SECTUR.

## SIGLAS

AC	Análisis de Clúster
ACMPM	Asociación de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial
CONACYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
ANOVA	análisis de la varianza por sus siglas en ingles <i>ANalysis Of VAriance</i>
ANT	Administración Nacional de Turismo
CONACYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
CPTM	Consejo de Promoción Turística de México
DENUE	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas
FITUR	Feria Internacional del Turismo
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
ININEE	Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
LGT	Ley General de Turismo
LGT	Ley General del Turismo.
MML	Metodología de Marco Lógico
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
OTM	Organización Mundial del Turismo
PROSECTUR	Programa Sectorial de Turismo
RAT	Resultados de la Actividad Turística
RDV	Ruta Don Vasco
SECTUR	Secretaria de Turismo
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
WEF	Foro Económico Mundial

# RESUMEN

Esta investigación presenta una propuesta de análisis de los factores que fueron determinantes en la competitividad en los municipios que integran la Ruta Turística Don Vasco, incluyendo el municipio de Morelia, tomando como referencia los años 2015 y 2017, para ello se realizó un conglomerado de clústeres jerárquico, para agrupar a los municipios que comparten características en común. Para efecto de este análisis se determinaron los factores que podrían incidir en la competitividad tales como: los programas de la política pública enfocados al turismo, los servicios de atracción turística, los servicios recreativos complementarios al turismo, el servicio de transporte, la capacitación turística, la infraestructura e inversión y la calidad en infraestructura. Posteriormente se determinó que los municipios que cuentan con una mayor infraestructura en estos rubros antes descritos son Morelia como líder, le sigue Uruapan, Pátzcuaro y Zamora. Mientras que los municipios que obtuvieron un menor desempeño son Ziracuaretiro y Tingambato, los cuales representan deficiencias en infraestructura en general. Con base en lo expuesto con antelación se hacen las propuestas en materia de turismo encaminadas a ¿cómo lograr una mejoría y desempeño de los municipios que presentan dicha problemática?

**Palabras clave:** competitividad, conglomerado análisis de clústeres jerárquico, turismo, Ruta Don Turística Vasco.

# ABSTRACT

This research presents a proposal for the analysis of the factors that were determining factors in competitiveness in the municipalities that make up the Don Vasco Tourist Route, including the municipality of Morelia, taking the years 2015 and 2017 as a reference, for which a cluster conglomerate was carried out hierarchical, to group municipalities that share common characteristics. For the purpose of this analysis, the factors that could affect competitiveness were determined, such as: public policy programs focused on tourism, tourist attraction services, recreational services complementary to tourism, transportation service, tourist training, infrastructure and investment and quality in infrastructure. Later it was determined that the municipalities with the most infrastructure in these areas described above are Morelia as leader, followed by Uruapan, Pátzcuaro and Zamora. While the municipalities with the lowest performance are Ziracuaretiro and Tingambato, which represent deficiencies in infrastructure in general. Based on the foregoing, proposals are made in the field of tourism aimed at how to achieve improvement and performance of the municipalities that present this problem?

**Key words:** Competitiveness, conglomerate hierarchical cluster analysis, tourism, Don Vasco Tourist Route.

# INTRODUCCIÓN

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados y más allá de los mismos, fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. El turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo.

El incremento de la actividad turística, ha planteado la necesidad de ofrecer nuevos destinos turísticos, al mismo tiempo que ha creado competencia entre los ya existentes. En este mismo sentido, ha elevado la creación de nuevos productos turísticos, basados en diferentes recursos, siendo las Rutas un claro ejemplo de lo que más ha proliferado. En este mismo sentido, el tema de estudio de la presente investigación se centra en la evaluación de la competitividad del programa de la Ruta Turística Don Vasco. El proyecto conceptual fue presentado en FITUR (España), en el año 2011, y resultó ganador del Premio al Mejor Producto Turístico Internacional. La Ruta de Don Vasco cuenta con importantes atractivos naturales y culturales, que lo distinguen como sitio potencial para el desarrollo turístico. A ocho años de tal distinción es necesario conocer el desempeño, analizando los resultados obtenidos, y de esta manera poder estudiar de manera más detenida los factores principales que influyeron en la competitividad como de los productos turísticos ofrecidos para posteriormente realizar una serie de estrategias que permitirán mejorar la competitividad para ofrecer a los visitantes productos de calidad. La UNESCO, por su parte, reconoce la expansión del turismo y la importancia que han ganado las rutas culturales que se crean sobre la base del patrimonio local y de las

tradiciones, fomentando la colaboración entre las comunidades. Según esta institución las rutas suponen: 1. Una mejora para la experiencia del visitante; 2. Oportunidades de crecimiento inclusivo (creación de empleo y la pequeña empresa); 3. Redistribución de los beneficios socioeconómicos; 4. Generación de cadenas de valor y 5. Estimulo de los intercambios culturales, al potencian el “orgullo local” y enriquecer la identidad.

Se pretende determinar en qué medida han contribuido los productos turísticos, las políticas de promoción y publicidad, la inversión turística y los apoyos al sector turístico en la competitividad del Programa Turístico de la Ruta Don Vasco. Cada una de las variables propuestas se encuentra en los objetivos de las estrategias de desarrollo propuestos en el mismo programa.

La hipótesis que se desprende de este análisis es que tanto los productos turísticos, las políticas de promoción y publicidad, la inversión turística y los apoyos al sector turístico en la competitividad han incidido de manera positiva en la competitividad del Programa Turístico de la Ruta Don Vasco. Para ello se hace el estudio pertinente del bagaje teórico en este caso es necesario analizar los principales agentes que interactúan en la actividad turística, es por ello que se hace revisión de algunos sistemas turísticos.

Las rutas culturales se presentan como una alternativa válida para impulsar el desarrollo social y la protección y difusión del patrimonio; no obstante, para una gestión sustentable del territorio patrimonial es prioritario entrelazar diferentes políticas públicas y procesos de planeación estratégica, donde el turismo cultural juegue un papel importante y contribuya a la mejora de las regiones más desfavorecidas.

El presente documento se estructura de ocho capítulos a continuación se describe cada uno de ellos: en el primer capítulo se presenta una serie de fundamentos que explican los motivos y trascendencia que la investigación aportará. En este mismo orden de ideas se plantean las preguntas que dan origen a este trabajo de investigación, en el mismo sentido se plantea la hipótesis con sus respectivas variables que se pretende demostrar en el transcurso de este estudio.

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región, pues genera un impacto económico muy

significativo. Lo anteriormente señalado sirve de referencia para abordar el capítulo dos, el cual señala el contexto del sector turístico, su relevancia económica que representa de manera en escala mundial y nacional. Asimismo se hace mención de los principales destinos turísticos que los turistas prefieren, proporcionada por la Organización Mundial del Turismo.

El capítulo tres, se centra en la descripción del área de estudio, en este caso hace referencia de la Ruta Turística Don Vasco, en donde se señala la ubicación geográfica, con los municipios que la conforman, así como los principales atractivos turísticos que posee cada una de ellas y que se encuentra contenida en el plan estratégico de esta zona de interés.

Dada la naturaleza que este trabajo de investigación constituye, en el capítulo cuatro se destaca la conceptualización y etapas de la Política Pública a través de un breve esbozo, resultado de la revisión bibliográfica. Posteriormente se hace preciso enfocar la atención en el proceso de la evaluación de la Política Pública, así como las principales etapas. Por último, se hace un señalamiento particular de la política pública del turismo.

Es relevante para la investigación comprender los antecedentes que han dado origen al turismo, y cómo definen varios autores un destino turístico, cuáles son los tipos de destino que existen y cuáles son las características relevantes de estos. La interacción de los diversos actores que participan en el turismo es lo que da origen a los diversos sistemas turísticos propuestos en la revisión de este capítulo número cinco. Es necesario resaltar la conceptualización de la competitividad, así como de los diversos modelos propuestos.

En el capítulo seis que corresponde a la revisión de la literatura, se hace una recopilación de todos los conceptos concernientes al producto turístico, destino turístico, consultando diferentes fuentes en materia de turismo. También se presenta un caso en particular de los pueblos mágicos, la competitividad del turismo.

El capítulo siete que corresponde al capítulo de la metodología en dos fases: el análisis de clúster jerárquico y el análisis de K-medias, de igual forma, se mencionan y describen cada uno de los pasos que se requieren para desarrollar esta metodología, la cual servirá para determinar el número de municipios aglomerados.

En el capítulo ocho se presenta la interpretación de los resultados obtenidos. Posteriormente se presentan las conclusiones y recomendaciones finales de esta investigación.

El capítulo nueve, se presentan propuesta la estrategias de Políticas Públicas para la Ruta Don Vasco que contribuirán al desarrollo de la competitividad de la Ruta Don Vasco.

# Capítulo I

## Fundamentos de la investigación

### 1.1. Planteamiento del problema

El crecimiento de la actividad turística, intensificado en las dos últimas décadas, ha generado la necesidad de ofrecer nuevos destinos, al tiempo que ha ocasionado una fuerte competencia entre los ya existentes. En este contexto ha aumentado la creación de productos turísticos, basados en diferentes recursos, siendo las rutas uno de los que más ha proliferado. Numerosos productos turísticos han sumado, en las últimas décadas, nuevos lugares para la visita de viajeros, como una opción complementaria a los destinos turísticos ya consolidados. De esta manera se han ampliado las expectativas para favorecer el desarrollo social y económico de territorios que cuentan con importantes recursos naturales y culturales.

El Estado de Michoacán (México) que posee una riqueza cultural excepcional, producto de sus antecedentes prehispánicos y del mestizaje que se dio, en el siglo XVI, en el proceso de evangelización que encabezó el humanista Vasco de Quiroga. Precisamente, este personaje y el patrimonio generado en su época en el territorio denominado como Zona Lacustre de Pátzcuaro, constituyen una oportunidad para impulsar y desarrollar un importante programa de turismo cultural emergente, denominado la “Ruta Turística Don Vasco”. El proyecto conceptual fue presentado en FITUR (España), en el año 2011, y resultó ganador del Premio al Mejor Producto Turístico Internacional. Nueve años han

transcurrido después de esta distinción, y pese a que se han realizado fuertes inversiones, la ruta no ha logrado operar y desarrollarse integralmente para atender los objetivos planteados en un inicio, ni tampoco se identifican impactos significativos en la economía local de la región ni una mejor conservación del patrimonio cultural; premisas todas ellas que fueron parte del sustento principal de su conceptualización y justificación.

### 1.1.1. Descripción del problema

El programa de la Ruta Don Vasco es un proyecto turístico excepcional, y se define como un itinerario cultural. Se destacan en el diseño, como principales objetivos, el beneficio económico de las comunidades receptoras, la mejora de su calidad de vida, la preservación del medio ambiente y de los recursos culturales (SECTUR-FONATUR, 2002).

La Ruta Don Vasco se inserta en el tradicional eje turístico, que desde 1930 integra a las ciudades de Morelia, Pátzcuaro y Uruapan en Michoacán. En este recorrido hay pueblos y zonas históricas con un patrimonio construido único. Además, el paisaje natural y cultural de gran calidad, comprende el territorio patrimonial de valor excepcional. Una de las características de este territorio es su heterogeneidad y el sistema tradicional de relaciones sociales de las comunidades indígenas locales. Se constituye en un espacio muy frágil donde las tradiciones, costumbres de organización del trabajo y vida comunitaria pueden verse afectadas por la presión turística.

La Ruta Don Vasco se planteó con la finalidad de generar mayor derrama económica hacia las comunidades receptoras y así fortalecer el desarrollo de los espacios territoriales con potencial turístico en el estado de Michoacán. En este contexto, es necesario analizar los programas de gestión realizados durante el periodo comprendido del 2011 a 2018, con el propósito de evaluar una nueva forma de trabajo este destino turístico tan importante de Michoacán, para obtener mejores resultados, en concordancia con los nuevos enfoques, tendencias y objetivos, la cual tiene el reto de mejorar el desarrollo y la competitividad y calidad de los servicios turísticos proporcionados a los visitantes y mejorar las condiciones de las comunidades destino que proporcionan dicho servicio.

## 1.2. Preguntas de investigación

### 1.2.1. Pregunta general

¿Cómo han contribuido los programas de la política pública enfocados al turismo, los servicios de atracción turística, los servicios recreativos complementarios al turismo, el servicio de transporte, la capacitación turística, la infraestructura e inversión y la calidad en infraestructura en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco?

Competitividad= f (programas de la política pública enfocados al turismo, los servicios de atracción turística, los servicios recreativos complementarios al turismo, el servicio de transporte, la capacitación turística, la infraestructura e inversión y la calidad en infraestructura)

### 1.2.2. Preguntas específicas

1.2.3. ¿Cómo han incidido los programas de la política pública enfocados al turismo en la competitividad de la Ruta Turística de Don Vasco?

Competitividad= f (programas de la política pública enfocados al turismo)

1.2.4. ¿Cómo ha influido los servicios de atracción turística en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco?

Competitividad = f (servicios de atracción turística)

1.2.5. ¿De qué manera los servicios recreativos complementarios al turismo han favorecido a la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco?

Competitividad = f (servicios recreativos complementarios al turismo)

1.2.6. ¿En qué medida ha incidido el servicio de transporte en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco?

Competitividad = f (servicio de transporte)

1.2.7. ¿En qué forma ha contribuido la capacitación turística en la competitividad de la Ruta Turística Don vasco?

Competitividad = f (capacitación turística)

1.2.8. ¿Cómo han incidido la infraestructura e inversión en la competitividad de la Ruta Turística Don vasco?

Competitividad = f (infraestructura e inversión)

1.2.9. ¿En qué medida ha influido calidad en infraestructura en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco?

Competitividad = f (calidad en infraestructura)

### **1.3. Objetivos de la investigación**

En este mismo orden y dirección es necesario establecer los objetivos que se pretenden alcanzar durante el desarrollo del estudio, los cuales están íntimamente relacionados con la competitividad del turismo y los agentes de desarrollo económico, así como de realizar un análisis sobre las estrategias de gestión implementadas en la Ruta Turística Don Vasco como el espacio particular a estudiar.

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar cómo han contribuido los programas de la política pública enfocados al turismo, los servicios de atracción turística, los servicios recreativos complementarios al turismo, el servicio de transporte, la capacitación turística, la infraestructura e inversión y la calidad en infraestructura en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

1.3.3. Determinar cómo han incidido los programas de la política pública enfocados al turismo en la competitividad de la Ruta Turística de Don Vasco.

1.3.4. Determinar cómo ha influido los servicios de atracción turística en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco.

1.3.5. Determinar de qué manera los servicios recreativos complementarios al turismo han favorecido a la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco

1.3.6. Determinar en qué medida ha incidido el servicio de transporte en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco.

- 1.3.7. Determinar en qué forma ha contribuido la capacitación turística en la competitividad de la Ruta Turística Don vasco
- 1.3.8. Determinar cómo han incidido la infraestructura e inversión en la competitividad de la Ruta Turística Don vasco
- 1.3.9. Determinar en qué medida ha influido calidad en infraestructura en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco.

#### **1.4. Justificación**

En el marco de la investigación propuesta, es esencial identificar la utilidad que el aporte de dicho estudio que comprende una serie sistemática de interacción entre los distintos factores que participan en la actividad del turismo y que está relacionado con los bienes y servicios que demandan los turistas; las unidades económicas que los generan y suministran; también comprende al conjunto de unidades institucionales que participan en las transacciones y que se encuentran localizadas en un lugar determinado.

En la actualidad, existen muy pocos estudios sistémicos que permitan identificar y evaluar con claridad y objetivamente los impactos que la función turística ha tenido en la mejora del nivel de vida de las comunidades locales, principalmente en las zonas rurales en donde se ubican de nuevos destinos. Tampoco hay estudios que analicen los impactos en la conservación del patrimonio cultural de las regiones, ni que evalúen de forma global el éxito de los productos turísticos que, como las rutas, ayudan a comercializar territorios (Valdez, 2012; Hiriart 2013; Martínez y Mínguez; 2015).

##### **1.4.1. Trascendencia**

Es evidente entonces que el estudio representa una oportunidad de explorar, las distintas vertientes en los que el turismo como una actividad productiva se encuentra contemplado en el plan de desarrollo nacional del país.

La presente investigación ayudará a la comprensión de los factores que son determinantes en la consolidación de un turismo que mejore las condiciones socioeconómicas y de inclusión social, además de que permitirá a la sociedad la comprensión de la actividad

turística como un factor relevante en el desarrollo pleno del turismo sustentable, como una herramienta de desarrollo económico que permita la interacción de los distintos actores que participan en su proceso. A partir de ello se podrían concretar acciones que involucren a los actores locales, para aprovechar los recursos humanos y naturales de los espacios turísticos desde una perspectiva coherente. En lo concerniente al terreno de los hechos tiene la finalidad de promover el análisis de los resultados obtenidos en cuestión para poder incidir en su gestión y así replantear una política eficaz de un programa de la Ruta Don Vasco con objetivos ambiciosos que van más allá de las satisfacciones materiales, además de incorporar todos los elementos que integran el diseño original de este producto turístico cultural. Aportará al enriquecimiento de las teorías o conocimientos existentes referentes al desarrollo del turismo sustentable como una forma integral, muchos de estos estudios planteaban la urgencia de proponer nuevas maneras de aprovechar los espacios turísticos, mediante verdaderas políticas de desarrollo local.

#### 1.4.2. Horizonte temporal y espacial

Por las consideraciones anteriores se puede establecer la temporalidad en la que se llevara a cabo dicha investigación que comprende el 2008, año en que la Secretaria de Turismo de Michoacán conceptualizó y desarrollo el proyecto denominado La Ruta de Don Vasco, que surgió como un producto turístico emergente para impulsar el desarrollo endógeno del territorio de la Región Lacustre de Pátzcuaro y la meseta purépecha, lo cual comprende 11 municipios que a su vez corresponden a la segunda etapa del programa.

#### 1.4.3. Viabilidad de la investigación

El diseño investigativo propuesto, conlleva a la recolección de información con la interacción de los agentes participantes en el proceso sistemático del turismo como un producto de las relaciones de participación de las comunidades destino. La presente investigación representa una oportunidad de identificar los principales aciertos, fortalezas y debilidades que este destino turístico representa hacia las comunidades destino y su interacción con los distintos elementos que forman parte de esta ruta turística.

### 1.5. Hipótesis de la investigación

Es preciso establecer las hipótesis, las cuales son conjeturas que deben de ser factibles de someterse a prueba empírica, por lo tanto, son guías para una investigación. Indican lo que se está tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones.

Las hipótesis son proposiciones tentativas acerca de las causas del comportamiento de una variable, o las relaciones entre dos o más variables, y se apoyan en conocimientos organizados y sistematizados, es decir, una teoría (Gómez, 2006).

#### 1.5.1. Hipótesis general

Los programas de la política pública enfocados al turismo, los servicios de atracción turística, los servicios recreativos complementarios al turismo, el servicio de transporte, la capacitación turística, la infraestructura e inversión y la calidad en infraestructura han contribuido positivamente en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco.

### 1.6. Identificación de variables

Las variables son representaciones de los conceptos de la investigación que deben expresarse en forma de hipótesis. La variable que el investigador desea explicar se considera como la variable dependiente. La variable que se espera que explique el cambio de la variable dependiente es referida como la variable independiente. A las variables dependientes también se les conoce como variables de criterio y a las variables independientes, como variables predictoras (Mohammad, 2005).

#### 1.6.1. Variable dependiente

Y= competitividad de la Ruta Turística Don Vasco

#### 1.6.2. Variable independiente

X<sub>1</sub>= Programas de la política pública enfocados al turismo

X<sub>2</sub>=Servicios de atracción turística

X<sub>3</sub>=Servicios recreativos complementarios al turismo

X<sub>4</sub>=Servicio de transporte

X<sub>5</sub>= Capacitación turística

X<sub>6</sub>=Infraestructura e inversión

X<sub>7</sub>=Calidad en infraestructura

Expuesto lo anterior es necesario hacer un recuento del panorama general que el campo del turismo presenta en la actualidad, en donde se presenta una descripción de la situación actual que el turismo

### **1.7. Tipo de investigación**

Este apartado se señalará el tipo de investigación que corresponderá al trabajo propuesto a analizar.

- ✓ Descriptivo: Se pretende hacer señalamiento de las características los fenómenos insertos en el turismo y la su relación con los demás agentes que lo conforman.
- ✓ Correlacional en virtud de que se analizará la relación de los factores que inciden en la competitividad del programa de la Ruta Turística Don Vasco y las variables de eficiencia y desarrollo económico.
- ✓ Explicativo porque justamente lo que se pretende es explicar las causas que dieron origen al desarrollo del turismo y de qué forma estos factores inciden en el desarrollo económico de las comunidades receptoras.

# Marco contextual del sector turístico

### 2.1. Contexto del sector turístico en el mundo

En la Cuenta Satélite del Turismo de México se define al turismo como “el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual”<sup>1</sup>. Cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de una innumerable cantidad de servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.<sup>2</sup> De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.<sup>3</sup>

El turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel internacional, cobrando más fuerza en zonas en vías de desarrollo, siendo estas áreas geográficas ricas en recursos culturales y naturales.

---

<sup>1</sup> INEGI-SECTUR, *Cuenta Satélite del Turismo de México 1998-2003*, s.p.

<sup>2</sup> Organización Mundial de Turismo, citado en Secretaría de Turismo, *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México, 2001, p.

<sup>3</sup> INEGI-SECTUR, *Op.Cit.*

### **2.1.1. La importancia económica del turismo en el mundo**

En los últimos años el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, por lo que se ha convertido en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Además, el turismo guarda una estrecha relación con el desarrollo de las comunidades, por lo que se ha convertido en un motor clave del progreso económico.

El turismo constituye también una de las principales fuentes de empleo a nivel mundial. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), 1 de cada 11 empleos en el mundo está relacionado con la actividad turística. La OMT estima que por cada puesto de trabajo directo generado en el sector turístico se crean alrededor de 1.5 empleos adicionales o indirectos.

De acuerdo con el reporte “Apoyando la creación de empleos de calidad en el turismo” publicado por la OCDE, el turismo genera un mayor número de empleos en comparación con otras industrias al ser altamente intensivo en mano de obra.

Además, el turismo es uno de los sectores más incluyentes, pues brinda acceso a mujeres y jóvenes para integrarse a la fuerza laboral, permitiéndoles que adquieran experiencia y habilidades que les brinden la oportunidad de escalar por la cadena de valor y acceder a mejores condiciones salariales. En los países de la OCDE los jóvenes entre 15 y 24 años ocupan casi 21% del mercado laboral en el sector turístico, mientras que las mujeres representan el 60%. Asimismo, de acuerdo al observatorio laboral de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, el turismo es el primer empleador de jóvenes y el segundo empleador de mujeres en México.

Entre 2009 y 2013 el empleo en hoteles y restaurantes en los países de la OCDE aumentó 1.4% en promedio anual, mientras que la generación total de empleos creció 0.7%. Lo anterior significa que el crecimiento de la fuerza laboral relacionada con la industria turística crece dos veces más rápido en comparación con la generación total de empleos en los países miembros de la OCDE.

El sector turístico también promueve el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas. En los países miembros de la OCDE alrededor de la mitad de la fuerza laboral empleada en actividades relacionadas con el turismo trabaja en empresas de menos de 10 empleados, mientras que tres cuartas partes en empresas que emplean a menos de 50 personas. En México, por ejemplo, las MIPYME generan 86% de los empleos en el sector.

### **2.1.2. Principales destinos turísticos en el mundo, según la OTM**

El informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Panorama del Turismo Internacional 2017, reveló que, durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento del mundo.

Según la OMT, las llegadas de turistas internacionales en el mundo han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.235 millones en 2016. De igual modo, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han crecido US\$2.000 millones en 1950 a US\$104.000 millones en 1980, US\$495.000 millones en 2000 y US\$1.220.000 millones en 2016, conforme con cifras de esta entidad.

Por otra parte, el turismo internacional representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, tras subir un punto porcentual desde el 6% en 2015. Esto implica que el turismo ha crecido con mayor rapidez que el comercio mundial durante los últimos cinco años y como categoría mundial de exportación, ocupa el tercer puesto.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) confirmó que México pasó del octavo al sexto lugar en recepción de turistas internacionales, al registrar 39.3 millones de visitantes extranjeros el año pasado, con lo que supera a potencias como Reino Unido, Turquía y Alemania.

De acuerdo con el ranking mundial "Panorama OMT del Turismo Internacional 2018", el país ascendió dos lugares al pasar del octavo lugar en 2016, con 35.1 millones

de turistas internacionales, al sexto sitio, con 39.3 en 2017, lo cual representa además un crecimiento de 12% en el flujo de viajeros.

Tabla 1 Llegada de turistas internacionales y los ingresos por turismo

Llegadas de turistas internacionales						Ingresos por turismo internacional				\$ EE.UU.		Monedas locales		
Rango	Serie	(millones)		Variación (%)		Rango	(miles de millones)		Variación (%)		Variación (%)			
		2015	2016*	15/14	16*/15		2015	2016*	15/14	16*/15	15/14	16*/15		
1	Francia	TF	84,5	82,6	0,9	-2,2	1	Estados Unidos	205,4	205,9	7,0	0,3	7,0	0,3
2	Estados Unidos	TF	77,5	75,6	3,3	-2,4	2	España	56,5	60,3	-13,3	6,9	3,8	7,1
3	España	TF	68,5	75,6	5,5	10,3	3	Tailandia	44,9	49,9	16,9	11,0	23,0	14,7
4	China	TF	56,9	59,3	2,3	4,2	4	China	45,0	44,4	2,1	-1,2	3,6	5,3
5	Italia	TF	50,7	52,4	4,4	3,2	5	Francia	44,9	42,5	-22,9	-5,3	-7,6	-5,1
6	Reino Unido	TF	34,4	35,8	5,6	4,0	6	Italia	39,4	40,2	-13,3	2,0	3,8	2,3
7	Alemania	TCE	35,0	35,6	6,0	1,7	7	Reino Unido	45,5	39,6	-2,3	-12,9	5,2	-1,4
8	México	TF	32,1	35,0	9,4	8,9	8	Alemania	36,9	37,4	-14,8	1,4	2,0	1,7
9	Tailandia	TF	29,9	32,6	20,6	8,9	9	Hong Kong (China)	36,2	32,9	-5,8	-9,1	-5,8	-9,0
10	Turquía	TF	39,5	..	-0,8	..	10	Australia	28,9	32,4	-8,2	12,3	10,2	13,5

Fuente: Organización mundial del turismo (OMT)

## 2.2. El turismo: un fenómeno económico y social

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos turísticos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores de comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido, beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos actores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y las rentas que el turismo ofrezca. La OTM ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las naciones unidas dedicando al turismo, la OTM insiste en que los países en el desarrollo pueden beneficiarse espacialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea.

### **2.2.1. Tendencias del turismo en el mundo**

El turismo en el mundo es un fenómeno que ha ido en aumento y ha dejado de ser sólo de índole económica y social, para dar paso al tracto cultural, de tal manera que los países ricos en historia llegan a depender de él. Hablar sobre turismo; es hablar sobre gastronomía, cultura, tradiciones y costumbres, abarcar sobre el mundo en general. Pero el turismo no solo se divide en cuestiones culturales o naturales; este a su vez se divide en actividades que promueven el turismo, ya que cada turista prefiere realizar actividades acordes a su edad, personalidad y gustos. Por lo tanto, existe una gran diversidad de destinos turístico que cada año son tendencia mundial.

El crecimiento turístico va de la mano con la demanda de cada lugar, por lo que los turistas se dividen dependiendo de sus gustos y esto ha obligado a todos los destinos a revisar sus estrategias, para poder ofrecer y cubrir con las peticiones de los demandantes. La OMT durante estos años se ha encargado que todas las tendencias turísticas logren turismo sustentable para el beneficio del medio ambiente y la cultura local y de ahí se derivan las tendencias mundiales.

En primer lugar, está el turismo de los “millenials”, donde buscan organizar su viaje vía online, demandan turismo sostenible, que puedan tener un contacto directo con la naturaleza promoviendo la conservación del destino y apoyar a las empresas ecológicas. Otra tendencia es el turismo activo y de aventura desde un safari en África, hasta nadar con tiburones blancos en México o Canadá, seguida de cruceros donde se estima un 21.6% más para este año. Existe una nueva rama del turismo llamada “women only”, ya que se ha visto que las mujeres hoy en día, toman el 80% de las decisiones cuando se

habla de viajes, además que se ha visto un aumento de viajes por mujeres solas. Y así la lista continua con turismo en masa, turismo religioso, turismo de salud, etc.

### **2.3. Contexto nacional del turismo en México**

A nivel global, el turismo representa una actividad que permite compartir los recursos tangibles e intangibles de un destino a los turistas y visitantes que buscan experiencias de viaje soportadas en la historia, en la gente y en las expresiones culturales y naturales diferenciadas, principalmente. Además, aporta oportunidades de desarrollo económico y bienestar social en virtud de los empleos e ingresos que se generan, en la protección de los espacios con gran valor histórico, cultural y arquitectónico y en la mejora de la imagen urbana e infraestructura pública y de servicios que finalmente disfrutan también los residentes. México por su parte cuenta con un importante acervo de activos culturales y naturales que lo posicionan como uno de los países de mayor afluencia turística a nivel mundial, sin embargo, es sabido que en los últimos años ha disminuido drásticamente su posición excluyéndose de la lista de los 10 países más visitados.

Según Resultados de la Actividad Turística (RAT) de agosto de 2018, en donde se reúne la información estadística de las principales variables como flujo de viajeros internacionales, turismo doméstico, flujos aéreos y marítimos, actividades de alojamiento, las cuales en su conjunto ofrecen una perspectiva de la dinámica del sector turismo en México reporto que durante enero a agosto de 2018, la llegada de turistas internacionales fue de 27.8 millones, superior en un millón 801 mil turistas al observado en el mismo periodo del año anterior y equivale a un incremento anual de 6.9%. El ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales ascendió a 15 mil 380 millones de dólares, lo que representó un incremento de 4.7% respecto a enero-agosto de 2017. 3.

El monto de divisas que gastaron los viajeros residentes en México al salir al exterior fue de 7 mil 376 millones de dólares, monto superior en 550 millones de dólares al observado en enero-agosto de 2017 y equivalente a un incremento de 8.1%. 4. La salida de turistas internacionales de México al exterior ascendió 12 millones 936 mil turistas, esto es 972 mil turistas más de los que lo hicieron en enero-agosto de 2017, lo que representó un crecimiento del 8.1%. 5. La balanza por concepto de viajeros internacionales registró un

superávit de 8 mil 4 millones de dólares, nivel superior 1.8% al observado en enero-agosto de 2017. 6. Se destaca la llegada vía aérea de visitantes extranjeros residentes en Estados Unidos, al representar 60.4% del total. De la región de América Latina y el Caribe, los países de residencia con el mayor número de llegadas fueron Argentina y Colombia con 2.7% y 2.5% del total, respectivamente. 7. El porcentaje de ocupación hotelera en la agrupación de 70 centros turísticos fue de 62.5%, nivel inferior en (-) 0.7 puntos porcentuales respecto al observado en enero-agosto del año anterior cuando registró 63.2%. 8. La llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel en el segundo cuatrimestre de, alcanzó los 40 millones 535 mil turistas (72.7% del total); mientras que 15 millones 202 mil fueron turistas internacionales (27.3% del total).

La ciudad de Morelia, Michoacán, ha sido referente del turismo cultural a nivel nacional, convirtiéndose en uno de los principales destinos turísticos de México en este rubro. Actualmente forma parte de los 44 principales destinos turísticos del país y representa el principal bastión del turismo para el estado de Michoacán además de ser el centro de la vida política y académica del estado.

Morelia se ubica dentro de los principales destinos de turismo cultural del país, que en los últimos años se ha visto afectada por la situación de inseguridad de todos conocida pero que cuenta con el potencial suficiente para posicionarse como el principal destino nacional de turismo cultural, ya que cuenta con la declaratoria de Ciudad Patrimonio de la Humanidad desde el año 1991, con una extensa cantidad de recursos culturales concentrados principalmente en el Centro Histórico, con alto valor cultural, histórico y arquitectónico (1,670 monumentos), en su mayoría en buenas condiciones, es el destino base de las principales rutas turísticas del estado de Michoacán, concentra la mayor cantidad de turistas que arriban al estado, cuenta con hoteles tipo boutique con los más altos estándares en la infraestructura y calidad en el servicio, así como con una importante agenda cultural de eventos que contemplan ferias, festivales, y festividades de nivel internacional, estatal y local, representa un importante espacio para la exposición de la gastronomía michoacana, además de la infraestructura de conectividad aérea y terrestre hacia los principales centros de arribo de turistas internacionales y del mercado meta, tales como la Ciudad de México y Guadalajara, sin dejar de mencionar su ubicación geográfica privilegiada hacia los principales destinos actuales de emisión de turistas nacionales (Ciudad de México, Jalisco, Estado de México).

## Capítulo III

# La Ruta Don Vasco

En el año de 2008, la Secretaría de Turismo de Michoacán (México) conceptualizó y desarrolló el proyecto denominado La Ruta de Don Vasco (RDV en adelante), que surgió como un producto turístico emergente para impulsar el desarrollo endógeno del territorio de la Región Lacustre de Pátzcuaro, mediante el lanzamiento de un corredor turístico-cultural-religioso. Para apoyar esta iniciativa el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) financió y elaboró, a finales del 2008, la 1ª etapa del Programa Regional de Desarrollo Turístico de la Ruta de Don Vasco (PRDTRDV)<sup>6</sup>, que terminó en agosto 2010 con la presentación del documento estratégico.

## 3.1. Primera etapa de la Ruta Turística Don Vasco

La RDV se conformó territorialmente dentro de dos regiones que circunscriben ocho municipios dentro del Estado de Michoacán de Ocampo: La Zona Lacustre, donde se ubica Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Tzintzuntzan y Erongarícuaro; y La Meseta Purépecha, integrada por los municipios de Uruapan, Paracho y Los Reyes.

Figura 1 Localización del Estado de Michoacán (México) y de la Ruta Don Vasco



Fuente: Imagen tomada de la *Guía de Viaje Ruta Don Vasco*. SECTUR Michoacán, 2010.

Figura 2 Trayectos de la Ruta Don Vasco Morelia-Zona Lacustre - Meseta Purépecha



Fuente: Imagen tomada de la *Guía de Viaje Ruta Don Vasco*. SECTUR Michoacán, 2010.

Se trata de un territorio que presenta una gran riqueza patrimonial (material e inmaterial), sobre la que se diseñó la ruta como un producto turístico basado en recursos culturales y naturales con atractivo potencial, los cuales, en su conjunto, presentaban un incipiente desarrollo turístico que contrarrestaba con recursos tangibles ubicados dentro de los destinos turísticos ya consolidados que se integraban en la ruta, tales como la ciudad de Pátzcuaro o la de Morelia. Además, la ruta encierra tres manifestaciones declaradas en la Lista del Patrimonio Inmaterial de la UNESCO (La Noche de Muertos, La Cocina Tradicional Mexicana y el Canto Tradicional de la Pirekua); tres de los siete Pueblos Mágicos de Michoacán (Pátzcuaro, Santa Clara del Cobre y Tzintzuntzan) y tres zonas arqueológicas (Tzintzuntzan, Ihuatzio y Tingambato) que forman parte del extraordinario paisaje cultural y natural que se estructura en el territorio de la Rivera del Lago de Pátzcuaro.

Pero este territorio también presenta una gran fragilidad, puesto que en él residen comunidades indígenas que aunque tienen una identidad particular común, cuentan con ciertas especificidades, que se manifiestan mediante sus tradiciones inmateriales y sus festividades, con una profunda religiosidad que incorpora elementos prehispánicos con ritos cristianos y modelos de arraigo local y organización comunitaria muy particular. En este contexto, el Plan Estratégico de la RDV (2010-2015) consideró evitar la homogeneización y un modelo de desarrollo turístico común para todos los destinos de la ruta (Gobierno de Michoacán-SECTUR, 2010:19). Además, parte del potencial singular

que tiene esta ruta es la motivación por conocer el modelo utópico de convivencia, protección y desarrollo de las comunidades indígenas purépechas basado en un profundo sentido social, que le llevó a crear los Pueblos Hospitales en diversas localidades<sup>7</sup> de lo que fue la Provincia de Michoacán, en la Nueva España. Pero la labor de Quiroga, entre 1538 y 1565, además consistió en promover una producción artesanal tradicional que todavía está vigente en la zona. Por todo ello, se eligió la figura de este humanista como elemento conductor de la ruta, ya que bajo su persona se integraba la historia, la arquitectura y la artesanía de un territorio bien definido, que además dispone de un valor paisajístico muy importante.

Otra de las características de este territorio cultural es su heterogeneidad y la complejidad del sistema tradicional de relaciones sociales de las comunidades indígenas locales, constituyéndose en un espacio muy frágil en el cual las tradiciones y costumbres de organización de trabajo y vida comunitaria pueden ser afectadas por la presión del turismo. Por ello, se consideró impulsar un modelo de desarrollo turístico zonificando el territorio, compuesto por dos circuitos que incluyen diferentes destinos.

Territorialmente, la ruta se dividió en dos tramos para facilitar su desarrollo y operación en un corto y mediano plazo: Tramo 1. “El Alma de Don Vasco de Don Vasco”, propone experiencias más contemplativas a partir de los recursos culturales y naturales preexistentes. Tramo 2. “Esencia Purépecha”; se centra en aspectos más antropológicos de la experiencia, invitando al descubrimiento. El sistema de gestión del proyecto se articuló en un eje de actuación denominado “Eje de Dirección y Convergencia”, el cual propuso la puesta en marcha de un sistema de manejo específico para desarrollar la ruta, enunciando una estructura de gestión y seguimiento en la SECTUR Michoacán para articular las acciones de control, seguimiento y corresponsabilidad de competencias de distintas áreas del Gobierno de Michoacán, los ayuntamientos y de las instituciones del gobierno federal involucradas. En esta estructura se expresó la creación de la “Comisión Intersecretarial federal para el seguimiento y desarrollo de la Ruta Don Vasco” y el “Consejo Consultivo de la Ruta Don Vasco”, para sumar a los actores diversos involucrados (comunidades receptoras, sector empresarial, sociedad civil, académicos, etc.) y establecer los mecanismos gestión. Sin embargo, estos órganos colegidos no se integraron operativamente y no han estado operando eficazmente para impulsar integralmente el Modelo de Desarrollo Turístico de la Ruta de Don Vasco. En la siguiente

ilustración se presenta la división territorial de lo que comprende el trayecto de la Ruta Don Vasco Don Vasco.

Figura 3 División territorial de lo que comprende el trayecto de la Ruta Don Vasco



Fuente: elaborado por el SECTUR

La RDV se inserta en el tradicional eje turístico que, desde 1930, han formado las ciudades de Morelia, Pátzcuaro y Uruapan, todas ellas en el Estado de Michoacán. En este trayecto se sitúan poblaciones históricas que aglutinan un patrimonio edificado único, además de un paisaje natural y urbanístico de gran calidad para formar un territorio patrimonial de valor excepcional. Los argumentos temáticos en el diseño fueron: templos capillas y conventos, la espiritualidad, los pueblos hospital, la cocina de siempre y el entorno natural. El programa desarrollado consideró a la RDV como un producto turístico con un gran potencial para consolidarse rápidamente en un escenario de corto plazo y que tenía los siguientes objetivos: 1. Buscar el beneficio económico de las comunidades receptoras y la mejora de su calidad de vida y 2. Conseguir la preservación del medio ambiente y del patrimonio cultural material e inmaterial.

Se trata de un territorio que presenta una gran riqueza patrimonial (material e inmaterial), sobre la que se diseñó la ruta como un producto turístico basado en recursos culturales y naturales con atractivo potencial, los cuales, en su conjunto, presentaban un incipiente desarrollo turístico que contrarrestaba con recursos tangibles ubicados dentro de los destinos turísticos ya consolidados que se integraban en la ruta, tales como la ciudad de Pátzcuaro o la de Morelia. Además, la ruta encierra tres manifestaciones declaradas en la Lista del Patrimonio Inmaterial de la UNESCO (La Noche de Muertos, La Cocina Tradicional Mexicana y el Canto Tradicional de la Pirekua); tres de los siete Pueblos Mágicos de Michoacán (Pátzcuaro, Santa Clara del Cobre y Tzintzuntzan) y tres zonas arqueológicas (Tzintzuntzan, Ihuatzio y Tingambato) que forman parte del extraordinario paisaje cultural y natural que se estructura en el territorio de la Rivera del Lago de Pátzcuaro.

**Pátzcuaro:** Se localiza al centro del Estado, en las coordenadas 19°31' de latitud norte y 101°36' de longitud oeste, a una altura de 2,140 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tzintzuntzan, al este con Huiramba, al sur con Salvador Escalante, y al oeste con Tingambato y Erongarícuaro. Su distancia a la capital del Estado es de 64 km. Su superficie es de 438.47 km<sup>2</sup> y representa el 0.74 por ciento del total del Estado.

Siendo de esta manera las principales ofertas turísticas las que ofrece la zona **lacustre del lago de Pátzcuaro** y que a su vez se divide en un **segmento para el turismo cultural** los siguientes elementos que lo conforman: Museo Agrarista de Tzurumútaró; Museo de Artes e Industrias Populares; Museo de la Máscara; Biblioteca Pública Ex-Convento de San Agustín; La Casa de los Once Patios; Palacio de Huitzimengari; Casa del Gigante; Pila de San Miguel; Cuanajo; Monumento Tanganxoan II y el Monumento a Vasco de Quiroga.

Por su parte, el **Segmento Turismo Cultural Religioso lo comprenden los siguientes:** Basílica de Nuestra Señora de la Salud; Templo y Colegio de la Compañía de Jesús; El Sagrario (Iglesia); El Santuario de Guadalupe (Iglesia); El Calvario; El Humilladero; El Hospitalito; la Iglesia de San Francisco; la Iglesia de San Juan de Dios y Tupataro. El **Segmento Turismo para Todos conformado por:** Plaza Vasco de Quiroga; Plaza Gertrudis Bocanegra; Fuente del Torito; Plazuela San Francisco; Isla de Janitzio y el El Estribo. El **Segmento Turismo de Naturaleza está integrado por** Los Urandenes.

Por lo que se refiere a la zona lacustre, en particular de Janitzio se cuenta con los siguientes puntos de interés: **Segmento Turismo Cultural** lo comprenden: El Sitio arqueológico de Ihuatzio y el Museo de Sitio de la Zona Arqueológica de Tzintzuntzan. **El Segmento Turismo Cultural Religioso:** El Convento Franciscano; Templo de la Soledad y la Capilla de la Virgen de Guadalupe. **El Segmento Turismo de Naturaleza:** Las islas Pacanda; Yunuén y Tecuén.

Por su parte el segmento de **Segmento Turismo Cultural** lo integran: **Quiroga** y el Museo del Pueblo – Hospital; **Erongarícuaro;** La Cruz de André Bretón; **Salvador Escalante** Museo Nacional del Cobre. **El Segmento Turismo Cultural Religioso:** **Quiroga,** Parroquia de San Diego de Alcalá, El Templo de la Inmaculada Concepción, Capilla de San Miguel, Capilla de San Vicente de Padua, Hospital de Nuestra Señora del Rosario, Capillas de San Juan y del Sagrado Corazón de Jesús y la Iglesia de Santa Fé de la Laguna. **Erongarícuaro,** Templo y convento franciscano, Templo de San Pedro. **Salvador Escalante,** Iglesia principal de Salvador Escalante. **Segmento Turismo para Todos.**

**Quiroga,** Mercado Artesanal, Plaza principal de Quiroga. **Erongarícuaro,** Arocutin Jarácuaro, Plazuela del Pueblo, Oponguio, Puácuaro, San Francisco Uricho y Tocuaro. **Salvador Escalante,** Santa clara del Cobre y el Kiosco. Y el **Segmento Turismo de Naturaleza:** Quiroga Chupicuaro; **Salvador Escalante:** Lago de Zirahuén.

**Uruapan:** Se localiza al oeste del Estado, en las coordenadas 19°25' de latitud norte y 102°03' de longitud oeste, a una altura de 1, 620 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Charapan, Paracho y Nahuatzen, al este con Tingambato, Ziracuaretiro y Taretan, al sur con Gabriel Zamora, y al oeste con Nuevo Parangaricutiro, Peribán y Los Reyes. Su distancia a la capital del Estado es de 120 km. Su superficie es de 1014.34 km<sup>2</sup> y representa 1.62 por ciento del total del Estado.

La zona de la meseta comprende una variedad de atractivos turísticos: divididos en **Segmento Turismo Cultural:** Museo Arqueológico Juan Sepúlveda; Museo de los Cuatro Pueblos Indios (Huatápera); Casa Regional del Turista; Fábrica de San Pedro; Zona Arqueológica Tingambato y el Monumento a los Mártires de Uruapan.

**Segmento Turismo Cultural Religioso:** Templo de San Francisco; Iglesia de la Inmaculada Concepción y la Antigua Iglesia del Barrio de Santo Santiago.

**Segmento Turismo para Todos:** San Lorenzo; Mercado de antojitos; Plaza de los Mártires; Mercado de Artesanías; Casa más angosta del mundo; Caltzontzin; Balneario Villa Paraíso y el Balneario Caracha.

**Segmento Turismo de Naturaleza:** Taretan; La Tzaráracua; La Tzararacuita, Presa de Santa Catarina; Capacuaro; San Juan Nuevo Parangaricutiro; Angahuan; Parque Nacional “Eduardo Ruiz”; Cascada Salto Escondido; Cerro de la Cruz al poniente de la ciudad y el Cerro de la Charanda al noroeste de la ciudad.

La oferta turística ofrecida por el municipio de Paracho y los Reyes se divide en los siguientes segmentos:

**Segmento Turismo Cultural: Paracho,** Museo de las Guitarras, Casa para el arte y la cultura Purépecha.

**Segmento Turismo Cultural Religioso: Los Reyes:** Parroquia de los Santos Reyes, Capilla de San Gabriel, Templo del señor San Pedro, Hospital Capilla de Santa Rosa.

**Paracho:** Parroquia de San Pedro, Templo de San Jerónimo en Aranza, Templo de Santiago Apóstol de Nurio, Parroquia la Purísima y el Templo de San Miguel Pomacuarán

**Segmento Turismo para Todos: Los Reyes,** Plaza de Los Reyes, Pamatácuaro y Zacán.

**Paracho:** Aranza, Cocucho, Santiago de Nurio, Pomacuarán y la Feria Nacional de la Guitarra.

**Segmento Turismo de Naturaleza: Paracho:** Cerrito Pelón, Parque comunal y el Cerro de Taretzuruan (Cerro Águila). **Los Reyes:** Los Chorros del Varal, La Planta y La Palangana.

### 3.2. Segunda etapa de la Ruta Turística Don Vasco

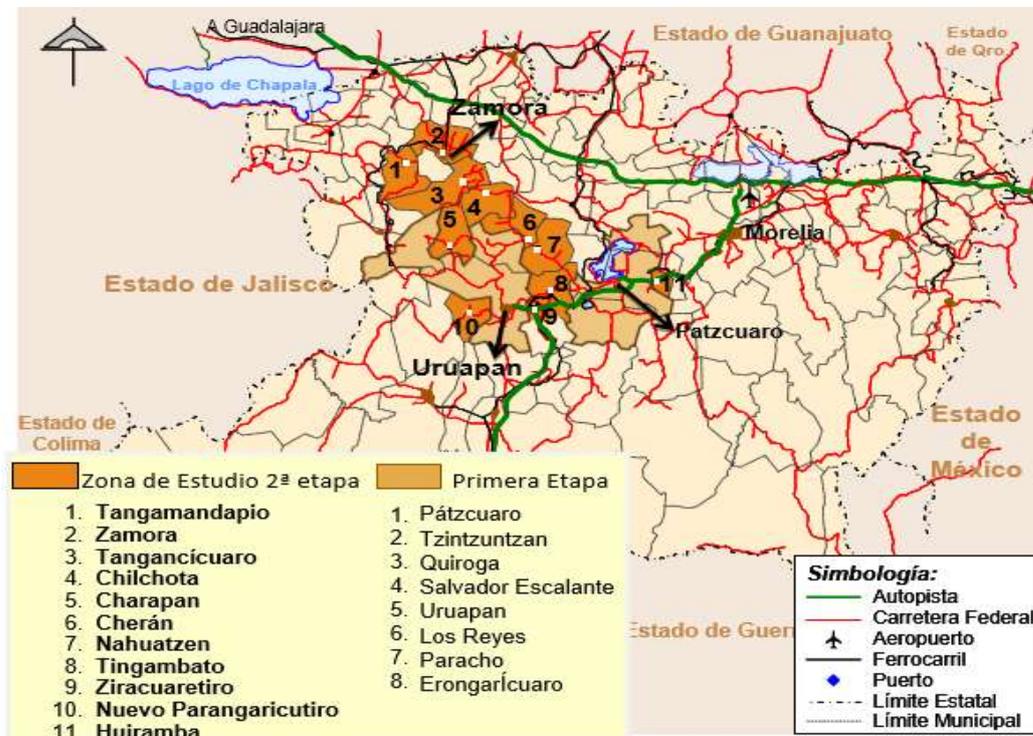
Por lo que se refiere al Programa Regional de Desarrollo Turístico de la Ruta de Don Vasco Segunda Etapa tiene como objetivo, impulsar el desarrollo ordenado y sostenible de la actividad turística en la segunda etapa de la Ruta de Don Vasco y su zona de influencia, a través de actividades y servicios turísticos acordes a los requerimientos del mercado y a las expectativas de la población, estableciendo las estrategias, acciones e

inversiones en el corto, mediano y largo plazos, que reflejen beneficios tangibles para la población residente, particularmente la más desfavorecida con mayor y mejor empleo, infraestructura, equipamiento, carreteras, transporte y comunicaciones.

Estos lineamientos emanan de un intenso trabajo realizado con la sociedad, autoridades federales y responsables estatales y municipales de las áreas de turismo, desarrollo urbano, obras y servicios públicos, medio ambiente, desarrollo social; prestadores de servicios turísticos; asociaciones cámaras y organizaciones privadas y líderes de opinión, reunidos todos en los Talleres de Planeación Estratégica que se realizaron como parte del proceso de participación social.

La Zona de aplicación del presente Programa considera el análisis y propuestas para el desarrollo turístico de la segunda etapa de la Ruta de Don Vasco, constituida por 11 municipios de la Zona Lacustre y Meseta Purépecha. El área de influencia se integrará por los municipios de Pátzcuaro, Cuitzeo y Morelia. En el siguiente mapa, muestra las dos etapas que abarca el programa con sus respectivos municipios.

Figura 4 Etapas que abarca el programa con sus respectivos municipios.



FUENTE: elaborado por la SECTUR.

Considerando que la Ruta Turística Don Vasco es un programa derivado del Plan Nacional de Desarrollo, que a su vez contempla “Alcanzar un crecimiento económico sostenido más acelerado y generar los empleos formales que permitan a los mexicanos, tener un ingreso digno y mejorar su calidad de vida”, y “Asegurar la sustentabilidad ambiental mediante la participación responsable de los mexicanos en el cuidado, la protección, la preservación y el aprovechamiento racional de la riqueza natural del país, logrando afianzar el desarrollo económico y social sin comprometer el patrimonio natural y la calidad de vida de las generaciones futuras”.

Es necesario señalar que, además, que se establece el turismo como actividad estratégica y de prioridad nacional, para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos competitivos.

Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario señalar que según el pronóstico de desarrollo que proyecta la SECTUR, conceptualiza tres escenarios de desarrollo, para los cuales se cuantificaron proyecciones a partir de la información estadística de oferta hotelera en la zona de estudio, con el objeto de dimensionar el impacto del desarrollo turístico y las acciones planteadas en el presente programa, en la oferta turística y requerimientos urbanos para la Ruta de Don Vasco.

Escenario Tendencial: Este escenario considera la tendencia decreciente registrada en los últimos años en los municipios que conforman la Zona de Estudio, con una actividad turística incipiente, con muy limitada oferta hotelera y de servicios turísticos. Para este escenario los supuestos de los indicadores turísticos se mantienen, con actividad y servicios limitados. Así mismo se contemplan los diversos eventos que se han presentado tanto a nivel Estatal, Nacional e Internacional, impidiendo el desarrollo esperado para la zona. El producto turístico ofertado seguirá orientado a una demanda local y regional popular, de bajo gasto y alto impacto al entorno natural. Se considera que la participación de los visitantes internacionales sea prácticamente nula. Escenario Conservador: Este escenario toma en cuenta el impulso a la actividad turística a través de un incremento del 3.6% en la afluencia de visitantes, considerando la tasa de crecimiento que presenta el Estado, de los últimos cinco años.

Escenario de Impulso: Para este escenario retoma las consideraciones del escenario conservador, sumándose a la materialización de los proyectos detonadores propuestos

para la segunda etapa de la Ruta de Don Vasco, considerando la imagen objetivo planteada, lo que incrementará sustancialmente los niveles actuales de afluencia turística, así como la derrama para la zona. Para el presente Programa se optó por el escenario Conservador, ya que considerando las condiciones actuales de la Ruta, es el que parece más viable para el año 2030. Bajo estos supuestos se muestra un considerable incremento en los indicadores turísticos que para el 2030 la zona de estudio llegarían a 1,374 cuartos totales, con una afluencia de más de 200 mil visitantes anuales, y una derrama estimada en 10.4 millones de dólares.

Tabla 2 Escenario Conservador 2008-2030

Año	Cuartos	Visitantes	Derrama (miles DLS)
2010	677	144,234	7,489
2018	899	164,689	8,551
2030	1,374	200,932	10,432

Fuente: Estimaciones FOA Consultores

## Impactos de Desarrollo

De seguir con los lineamientos estratégicos y premisas planteados en el Programa Regional de Desarrollo Turístico de la Ruta de Don Vasco (Segunda Etapa), para el año 2030 se esperarían diversos impactos desde el punto de vista demográfico, urbano y económico, principalmente. La dinámica de crecimiento turístico abrirá nuevas oportunidades de desarrollo para la población local, generando al año 2030 la creación de 5,495 nuevos empleos directos e indirectos. La población local, cuya tendencia es decreciente en estos momentos, ante el panorama actual, cambiará su dinámica y se concentrará en localidades cercanas a sus fuentes de empleo, se espera un crecimiento de 6 mil nuevos habitantes. Se estima como requerimiento la construcción de 1,400 viviendas nuevas, adicionales a las acciones de mejoramiento de vivienda necesarias para mejorar las condiciones y atender los rezagos actuales en las localidades de la Ruta. El siguiente cuadro muestra las principales metas y requerimientos esperados con la implementación del presente programa.

Tabla 3 Resumen de Metas del Desarrollo Turístico

Concepto	2008	2010	2018	2030
Turísticos				
<b>Oferta hotelera</b>	631	677	899	1,374
<b>Visitantes/año</b>	139,530	144,234	164,689	200,937
<b>Derrama (miles de USD)</b>		7,489	8,551	10,432
<b>Empleos totales</b>	2,524	2,709	3,594	5,495
Urbanos				
<b>Población en la zona</b>	362,516	362,909	364,791	368,830
<b>Viviendas</b>		87	506	1,403

Fuente: SECTUR

La estrategia general de desarrollo turístico se basa en la creación e impulso de productos turísticos, desde una perspectiva de diversificación de la oferta, que permita la captación de nuevos segmentos de mercado de mayor gasto turístico y menor impacto al desarrollo (cultural, ambiental, urbano), con base en la vocación cultural y natural de la Ruta Don Vasco, para lo cual se retoman acciones planteadas en la primera etapa y se complementan con acciones específicas para los municipios involucrados en la segunda etapa. Esta generación de nuevos productos turísticos complementarios a la actual oferta regional, permitirá el incremento en el gasto promedio de los visitantes y en la derrama económica local e impulsará el desarrollo estratégico en toda la Ruta, además de mantener la competitividad a largo plazo. El desarrollo turístico tendrá un efecto directo en el incremento de la población, y por tanto, incremento en requerimientos de servicios y equipamientos, por lo que el presente programa considera no sólo la planeación turística, sino la planeación territorial y de desarrollo urbano, para evitar impactos negativos que amenacen los recursos culturales, naturales y turísticos de la zona. La Ruta de Don Vasco cuenta con importantes atractivos naturales y culturales, que lo distinguen como sitio potencial para el desarrollo turístico.

# Las Políticas públicas

### 4.2. Conceptualización de las políticas publicas

El término de la política pública tiene su origen en la propuesta de *policy Sciences* de Harold d. Lasswell formulada en 1951, surgiendo como una respuesta a la fragmentación de las ciencias sociales y la necesidad imperiosa de que el gobierno tuviera mayor conocimiento de las decisiones públicas, así como de articular una ciencia interdisciplinaria.

Las políticas públicas son consideradas por Lasswell con una orientación multidisciplinaria, pues su naturaleza conlleva aspectos políticos, económicos, administrativos, culturales entre otros; entendida en dos sentidos como una disciplina surgida de las sociedades industrializadas en la época de los cincuenta, especialmente en Estados Unidos Inglaterra, enfocada a estudiar los problemas que son considerados públicos, así como los procesos que son solo decisión por parte de las autoridades públicas; es segundo es el que hace referencia a la política gubernamental o alguna organización de la sociedad civil, relacionándolo con las funciones que hace el gobierno, es decir, es frecuente que las acciones cotidianas del quehacer público sean catalogadas como política pública, sin considerar la diversidad de los problemas y situaciones que tiene que resolver el gobierno.

La definición de políticas públicas se puede obtener a partir de dos enfoques:

Enfoquen descriptivo: que se centra en analizar si la política es solo una decisión, producto de una autoridad legítima que actúa en un contexto legal e implica algo más.

Enfoque teórico, donde las políticas son elaboradas a partir de la interacción entre el gobierno y los ciudadanos, al estudiar las políticas se tiene que hacer referencia a tres elementos fundamentales que forman parte de ella: los objetivos públicos del estado, los programas diseñados a cumplir con esos objetivos, así como su impacto en la sociedad. Desde la visión de Lasswell, la palabra política (*policy*) ha sido usado con frecuencia para designar a la política gubernamental, no obstante, las decisiones de orden público no agotan en campo de las políticas, actualmente las ciencias de políticas (*Policy Sciences*) son ciencias interesadas tanto en el conocimiento del proceso de la toma de decisión como el proceso mismo de la decisión.

Una política pública es una variable que se puede aplicar en una diversidad de casos o situaciones, por lo tanto, se debe ver a las políticas públicas como variables y no solo como conceptos, es decir, como algo que varía de acuerdo con la dimensión que se analice.

Los elementos que la definen como política son seis:

1. El problema: que debe ser público, para lo cual se puede considerar su legitimidad frente a otros problemas y de la definición del tipo de problema, así como la claridad con la que se define.
2. El diagnóstico: orientado a definir una solución e implementar una estrategia.
3. La solución: está en función de la claridad, la legitimidad del problema.
4. La estrategia: depende de la solución que se haya definido.
5. Los recursos: pueden ser desde organizativos, hasta presupuestarios y legales.
6. La ejecución: la instrumentación de las acciones y la evaluación son los aspectos que debe tomar en cuenta en la ejecución.

Para Aguilar Villanueva, los problemas públicos son el resultado del mal manejo de los que los privados han hecho de los problemas y que no han podido resolver, por este motivo resolver los problemas públicos es una responsabilidad compartida entre gobierno y sociedad.

Una política pública debe partir del conocimiento de que actúan dentro de una sociedad plural. Con cierto grado de autonomía política y de que al interior existen grandes

desigualdades, rezagos e injusticias, lo cual hace necesaria la participación social en su diseño.

Las políticas públicas son acciones colectivas racionales, diseñadas en el ámbito de lo público, encaminadas a resolver problemas o asuntos de interés público de una comunidad en específico, por lo que constituyen una eficaz herramienta de la sociedad para influir en las acciones orientadas al bien común, a partir de mecanismos de participación, corresponsabilidad y rendición de cuentas.

La relación entre variables dependientes e independientes de la política pública, se puede determinar a partir de diferentes enfoques, es decir, de macro enfoques, que si consideran la política pública como una variable dependiente.

1. Enfoque pluralista: considera que las políticas públicas son el resultado, los diferentes grupos de interés que actúan al interior de una sociedad, sus metas no son muy claras y la coordinación entre las instancias responsables de su ejecución tampoco es visible y este tipo de política son pasivas.
2. Enfoque estatista: le imprime mayor importancia al estado, erigiéndolo como el actor principal de la formación e implementación de políticas públicas, las cuales tienden a promover el interés de la nación y son manejadas por organizaciones públicas, aquí las políticas son activas o semiactivas.

Las Políticas Públicas son las acciones de gobierno, es la acción emitida por éste, que busca cómo dar respuestas a las diversas demandas de la sociedad, como señala Chandler y Plano, se pueden entender como uso estratégico de recursos para aliviar los problemas nacionales.

Las Políticas Públicas son “el conjunto de actividades de las instituciones de gobierno, actuando directamente o a través de agentes, y que van dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos”. Pallares señala que las Políticas Públicas deben ser consideradas como un “proceso decisional”, un conjunto de decisiones que se llevan a cabo a lo largo de un plazo de tiempo. Pallares, al mencionar esa persuasión sobre la población no comenta si es de índole positiva o negativa, pero podemos decir que en ocasiones el bienestar se ve cuestionado en una política restrictiva o de imposición fiscal,

por ejemplo, logrando ciertamente esa modificación conductual. Aunque la mayoría de las Políticas Públicas tienen un impacto directo en el bienestar de la población.

Las Políticas Públicas tienen que ver con el acceso de las personas a bienes y servicios. Consisten, precisamente, de reglas y acciones que tienen como objetivo resolver y dar respuestas a la multiplicidad de necesidades, intereses y preferencias de grupos y personas que integran una sociedad. Esto es lo que generalmente se conoce como “agregar demandas”, de forma tal que al final, las soluciones encontradas permitan que personas y grupos coexistan a pesar de sus diferencias. Generalmente se tienen instrumentos para plantear e impulsar las Políticas Públicas, dependiendo del tipo de actores que intervienen éstos pueden variar. Para el caso del gobierno a través de sus instituciones al elaborar una propuesta se basan en los siguientes aspectos: Las normas jurídicas. Es a través de las normas jurídicas que los poderes públicos autorizan y establecen las actividades que constituyen las políticas, y también, limitan la discrecionalidad en el actuar de los que la elaboran y ejecutan.

Es decir, basarse en todo tipo de norma y ley establecida. Los servicios de personal. Elaborar las políticas requiere infraestructura humana, organizativa y de material. Los recursos materiales. Destacan principalmente los financieros ya que son lo que suelen ser más restringidos. La persuasión. Los ciudadanos consideran al gobierno como legítima expresión de la interpretación mayoritaria de los intereses generales de la sociedad. Es por esto, que se debe responder correctamente a las demandas sociales, ya que el gobierno como ente debe velar por los intereses de los que están bajo su tutela.

### **4.3. Etapas de las políticas públicas**

La formulación está compuesta a su vez de cinco etapas o pasos:

A) El Establecimiento de la Agenda Política: Las agendas políticas son más el resultado de la movilización de demandas y presiones, que de un proceso racional de evaluación de necesidades, valores y objetivos. Aquí cada actor plantea su propia agenda dependiendo de sus prioridades e intereses, por lo que surge una interacción de las mismas con otros que se encuentren involucrados. La importancia de poner un tema en la mesa para que

sea analizado debe llevar a cabo una etapa de negociación para poder generar acuerdos y así lograr el tema de estudio.

B) La Definición de los Problemas: Debemos definir los problemas, no basta el hecho de haberlos identificado, sino que es necesario tener mayor conocimiento de ellos. Es decir, recopilar información, estudios, a fin de ir concretando a su vez el tema en específico al cual nos vamos a enfocar.

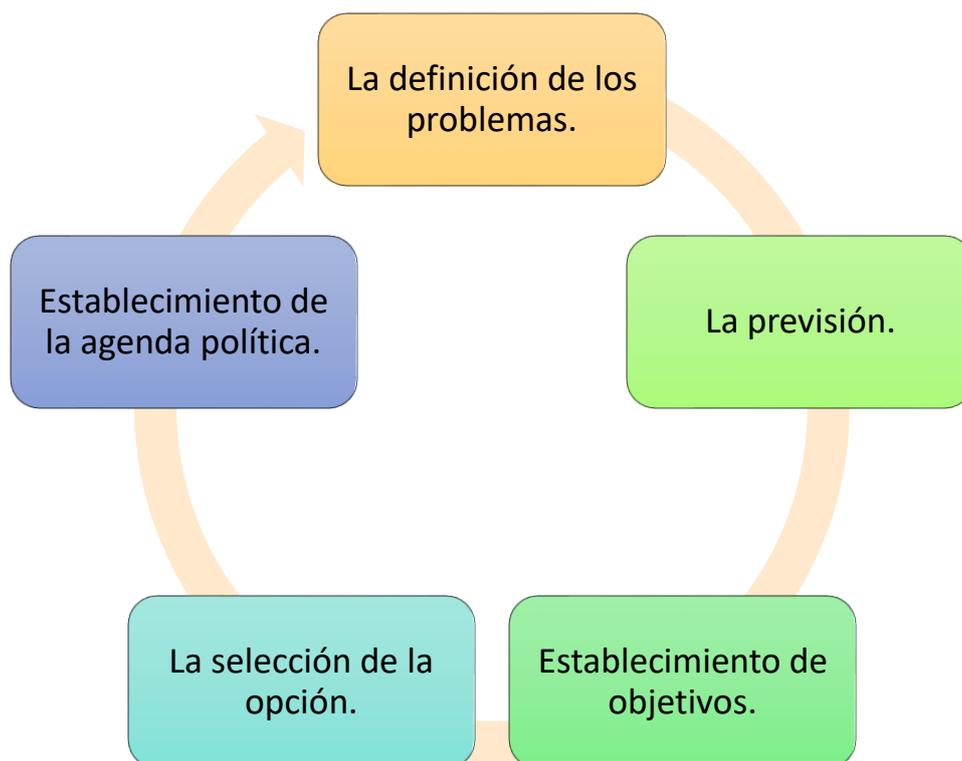
C) La Previsión: Es medir el impacto que podría tener la Política Pública al momento de su implementación, reacciones, grupos en contra y a favor, etc. Para lograr o intuir los posibles escenarios, se requiere una gran visión política, por lo cual sugerimos el asesoramiento de personas que pudieran contar con esta poderosa herramienta. La previsión nos dará un mayor índice de seguridad, así como el aumento en las probabilidades de éxito de la política que se quiere impulsar.

D) Establecimiento de Objetivos: Establecer características genéricas del futuro deseado en un ámbito determinado. Una vez que ya se ha hecho un análisis conciso del tema que se quiere tratar y de la recopilación de la información, se pasa a establecer aquellos objetivos los cuales serán resueltos en el transcurso de la Política Pública, éstos pueden ir acompañados del tiempo en el cual se quieran resultados a fin de ir revisando poco a poco si se van cumpliendo.

E) Selección de Opción: Se trata de seleccionar la opción concreta, la que sea viable conforme a estudios realizados y a un previo análisis plural. Esto va aunado a la identificación de los objetivos, aunque también pudiera existir la posibilidad de la persona, institución que solicita una Política Pública en específico ya tenga la situación concreta bien definida.

A continuación se muestra una figura que contiene las etapas de las políticas públicas propuesto.

Figura 5 Etapas de las políticas públicas



Fuente: elaboración propia con base en la literatura revisada.

Diversos autores concuerdan que en la historia contemporánea Harold D. Lasswell ha sido el precursor del concepto moderno de política. Según Lasswell (1951) las políticas (*policy*) tiene diversos ámbitos de aplicación, tales como: 1) política gubernamental, 2) política empresarial.

Por su parte Landau (1977) afirma que una política sirve para ordenar el dominio de su tarea, cuestión fundamental para lograr la calidad en cualquier ámbito de desempeño de esta (política empresarial, política gubernamental, etc.).

Por otro lado, es preciso señalar que los términos que distingue las definiciones de *policy*, *politics* y *polity*, las cuales no existen en el idioma español, sin embargo, todas estas palabras se traducen como política. Esto genera un problema ya que la población hispanohablante no es capaz de discernir las acciones gubernamentales (*policy*), de la estructura gubernamental (*polity*) y de los actos o conductas de los agentes de gobierno (*politics*).

Las políticas públicas, de acuerdo con Lasswell (1956) se conforman de varias etapas, Lindblom (1993) refiere que la hechura de las políticas públicas es un proceso complejo e interactivo que carece de principio y final.

Según Jones (1970) por su parte indica la clasificación del proceso de hechura de las políticas públicas es una construcción teórica que en la realidad no puede seguirse como una guía de pasos consecutivos ya que hay una tendencia natural de sobreponer las etapas. No obstante, este autor define de la siguiente manera: 1. Agenda, 2. Formulación de alternativas, 3. Adopción de la decisión, 4. La implementación y 5. La evaluación.

Aguilar Villanueva (1996) por su parte propone una clasificación que se compone de las siguientes etapas:

1. Definición del problema sus dimensiones y causas,
2. Formación de la agenda que consiste en analizar factores que contribuyen al problema, el objeto de las acciones gubernamentales y los actores,
3. Construcción de opciones mediante el análisis de alternativas disponibles y viables, riesgos, costos y beneficios;
4. Tomar la decisión,
5. Implementación de la política para alcanzar los objetivos y metas;
6. Evaluación de la política y
7. Decidir la continuación o terminación de la política.

#### **4.4. Evaluación de políticas públicas**

La evaluación de políticas públicas se define como la valoración de la acción comprendida por los poderes públicos para abordar un problema de agenda pública; pone en énfasis los efectos reales de la acción gubernamental.

La evaluación tiene como principal destinatario a la comunidad de los actores políticos sin preocuparse fundamentalmente de la comunidad científica. Por supuesto que puede generar conocimiento científico, pero no es esta su función principal.

Tipos de evaluación que el CONEVAL ha definido para programas y políticas sociales

- Evaluación de Diseño es aquella que permite evaluar la consistencia y lógica interna de los programas presupuestales.

- Evaluación de Consistencia y Resultados da la posibilidad de tener un diagnóstico sobre la capacidad institucional, organizacional y de gestión de los programas para alcanzar resultados.
- Evaluación de Impacto mide los efectos netos del programa sobre la población que atiende.
- Evaluaciones Complementarias son aquellas que los propios programas y dependencias realizan para profundizar sobre aspectos relevantes de su desempeño.
- Evaluación de Indicadores revisa mediante trabajo de campo la pertinencia y el alcance de los indicadores de un programa para el logro de sus resultados.
- Evaluación de Procesos analiza mediante trabajo de campo si el programa lleva a cabo sus procesos operativos de manera eficaz y eficiente, y si contribuye al mejoramiento de su gestión.
- Evaluaciones Estratégicas son una valoración de las políticas y estrategias de desarrollo social, tomando en cuenta diversos programas y acciones dirigidos a un objetivo común.
- Evaluaciones Específicas de Desempeño son una síntesis de la información que las dependencias integran en el Sistema de Evaluación del Desempeño (SED) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. El formato conciso permite que se pueda tener fácil acceso a la información sobre los programas. La calidad de estas evaluaciones dependerá en gran medida de la información que cada dependencia integre en el SED.
- Además de los informes de evaluación, en las páginas electrónicas del CONEVAL y de las dependencias se encuentra la opinión que los programas tienen de sus evaluaciones externas. Esta posición institucional permite que se conozca públicamente no sólo el punto de vista del evaluador externo, sino también del programa, lo cual refleja el carácter participativo en el que se han desarrollado las evaluaciones externas.

### **Proceso de evaluación de políticas públicas**

La etapa de gestación: En la etapa de gestación, el gobierno detecta la existencia de una demanda social que puede convertirse en un asunto de interés público y, al mismo tiempo, asume su obligación de intervenir en él. Los gobiernos atienden los problemas públicos con base en la formación de una agenda, la cual demuestra que existen problemas

que despiertan, más que otros, la atención gubernamental. En opinión, es importante distinguir la existencia de al menos tres tipos de agenda:

1. La agenda pública se define como el “conjunto de temas que la ciudadanía y los distintos grupos de la sociedad buscan posicionar para ser considerados como susceptibles de atención por parte de sus representantes” (Kingdon, 1995).
2. La agenda política es el conjunto de temas que alcanzan prioridad en el debate político y la acción de aquellos actores políticos que, por su posición, tienen la capacidad de impulsarlos.
3. La agenda de gobierno es el conjunto de prioridades que un gobierno constituido plantea a manera de proyecto y que busca materializar a lo largo de su mandato (Casar y Maldonado, 2010; citado en Merino y Cejudo, 2010).

En la sociedad existen muchos problemas, pero la posibilidad de que alguno sea atendido por el gobierno requiere que transite, en una primera instancia, por la agenda pública, donde la sociedad le da el carácter de público y, por lo tanto, considera que es el gobierno quien lo debe resolver.

Posteriormente, deberá transitar por la agenda política, en la cual los actores políticos, por sus recursos y capacidades, lo incluirán en sus temas de debate y tratarán de impulsarlo. Por último, debe encontrar cabida en la agenda de gobierno, la cual establece y planea la acción gubernamental para resolverlo. Por lo tanto, se puede concluir que no todos los que se consideran problemas pueden entrar a la agenda de gobierno para ser resueltos.

#### **4.5. Ciclo de las políticas públicas**

1. La etapa de diseño o formulación:

En la fase de diseño de la política pública, los servidores públicos o consultores independientes analizan con detalle el problema público que les ha sido planteado y buscan soluciones creativas y viables para resolverlo. Su tarea más importante es brindar una recomendación de política pública inteligente, presupuestal y económicamente viable, legalmente permisible y administrativa y políticamente posible,

a uno o varios decisores que ostentan el poder público para que ésta se pueda llevar a cabo.

## 2. La etapa de implementación o ejecución

La implementación se refiere a "aquellas acciones efectuadas por individuos (o grupos) públicos y privados, con miras a la realización de objetivos previamente decididos. A estas acciones pertenecen tanto los esfuerzos momentáneos por traducir las decisiones en propuestas operativas como los esfuerzos prolongados para realizar los cambios grandes y pequeños, ordenados por las decisiones políticas" (Van Meter y Van Horn; citado en Aguilar Villanueva, 2000: 99-100).

En la fase de implementación de la política pública inicia la puesta en marcha del plan de acción delineado en la etapa del diseño de política pública. Aquí se realiza el proceso de presupuestación, la creación legal del programa, el entrenamiento del equipo que lo llevará a cabo y la comunicación dentro de la agencia implementadora, así como con la ciudadanía. Esta fase es crucial, ya que el contenido y los posibles efectos de la política pública pueden ser modificados por la forma en que ésta se pone en práctica (Hill y Hupe, 2002).

Existen tres formas de instrumentar una política pública: la primera se llama directa, que es la que se lleva a cabo a través del aparato burocrático con sus recursos y su personal; la segunda es la indirecta y se lleva a cabo a través de una organización no gubernamental o una empresa privada y la tercera es cuando hay una intervención público-privada.

## 3. La etapa de evaluación de impacto

Si consideramos al ciclo de políticas públicas como una consecución continua de determinadas acciones, la última fase correspondería a la evaluación de impacto, es decir, valorar los efectos para determinar cómo ha cambiado una situación una vez que ha culminado la acción del gobierno. Sin embargo, es muy importante mencionar que el proceso de evaluación de políticas públicas se puede llevar a cabo durante el diseño, la implementación y su maduración.

La evaluación que se realiza en la etapa de diseño se denomina ex-ante. La evaluación en la etapa de implementación se denomina evaluación concomitante y la evaluación de impacto se denomina ex-post.

#### **4.6. Política de turismo**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública. Otra definición propuesta responde como el conjunto de medidas adoptadas por la Administración Nacional de Turismo (ANT) para el mayor aprovechamiento de los recursos Turísticos.

La política pública de turismo es la orientación dada por el gobierno federal, estatal, municipal o regional al desarrollo de la actividad turística, una vez consultados los representantes del sector turístico y de la sociedad. Tal orientación está expresada en el Plan Nacional de Turismo y en los demás documentos de los ámbitos gubernamentales. Deben tomarse en cuenta cuatro grandes vertientes, que son: la social, la cultural, la económica y el ambiente, y tratar de desarrollar este sector de manera holística, analizando y valorando con la atención requerida cada uno de los componentes del sistema turístico nacional al que será aplicada.

Las políticas públicas del turismo deben usarse para introducir un desarrollo turístico con base en acciones programadas en el sector. Los países que deseen incrementar y desarrollar el turismo interno y competir en el concurrido mercado internacional deben tener una política pública clara que, sobretodo establezca las directrices, las estrategias, los objetivos y las acciones básicas.

# Capítulo V

## Marco teórico del turismo

### 5.1. Conceptualización del turismo

Etimológicamente el término turismo procede de las raíces latinas tour y turn ya sea del sustantivo tornus (torno) o del verbo tornare (girar, en el latín vulgar) sinónimo de viajes circular. Además, se menciona que el vocablo tour posiblemente sea de origen hebreo, utilizado como sinónimo de viaje de vanguardia, reconocimiento o exploración (Gutiérrez, Castillo, y Castañeda, 1986).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Destacando a los factores esenciales que explican al turismo como actividad y como sector económico, Boullón (1985) señala, que es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre. Su naturaleza la concibe ligada “a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre”.

McIntosh y Gupta (1993) profundizando en la definición aportada, consideran que cualquier intento por definir el turismo debe comprender los diversos grupos que participan y son afectados por esta actividad, pues estiman que su incorporación es vital

en el intento por plantear una definición completa. En este sentido identifican cuatro perspectivas: 1) el turista; 2) el negocio que proporciona bienes y beneficios turísticos; 3) el gobierno de la comunidad o área anfitriona, y 4) la comunidad anfitriona. Basándose en las mismas, definen al turismo como “la suma de turistas, comerciantes, gobiernos anfitriones y comunidades anfitrionas en el proceso de atraer y hospedar a esos turistas y a otros visitantes”.

Para Requena y Muñoz (2006), el turismo es uno de las pocas actividades humanas que ha sido abordada desde diversas disciplinas (economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y las ciencias políticas y administrativas). Por ello, Cárdenas (2001) al referirse al turismo indica que es el conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos. Para otros especialistas, como Gurría (2004), Matute y Asanza (2006) y Ramírez, R. (2006), el turismo es un concepto impreciso, producto de su carácter interdisciplinario; sin embargo, admite múltiples definiciones y diversos matices, según el ámbito de trabajo y la época de que se formule el concepto.

Lo anterior no indica la ausencia de definiciones, por el contrario, el carácter multifacético del turismo capta la atención de varias disciplinas requiriendo que cada una exprese su concepto y de allí que no se ha generado una definición única. Por ejemplo, Matute y Asanza (2006), indica que las diferencias en la conceptualización del turismo parte de las razones o motivos de los viajeros (religioso, económico, psicológico, cultural, ecológico y otros). Igualmente, para Ramírez (1988), la definición del turismo es algo compleja y cada individuo puede tener su propia interpretación de acuerdo a sus vivencias, intereses y cultura, debido a que es una actividad desarrollada en el campo personal cuyo protagonista es el hombre. Según Acerenza (2001) y Gurría (2004), todas las definiciones son válidas, pero discutibles pues resultan parciales y no enfocan la totalidad de los aspectos de la actividad. Por ello, a continuación, se presentan algunos conceptos desde diversos ángulos, emitidos por investigadores y órganos vinculados al turismo de reconocida trayectoria. Desde un ámbito simplista e individual, Orduño (1966) define el turismo como la afición del hombre a viajar por el gusto de recorrer.

## 5.2. Antecedentes y principales aportes al turismo

El turismo viene a través de la historia desarrollándose lenta y espontáneamente. Hay muchas causas que hacen que el turismo haya tomado mundialmente importancia. En los países europeos y en Estados Unidos el turismo, como movimiento más o menos interesante de volumen de personas, toma fuerza al establecerse el ferrocarril como medio de transporte (Acerenza, Miguel, 2006).

La aparición del ferrocarril ( siglo XIX ) viene a marcar la verdadera aparición del turismo masivo, hay muchos factores que han influido en el desarrollo del turismo, tales como el mejoramiento salarial del público en general, el crecimiento del nivel cultural de las masas, el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno, las facilidades de financiamiento de los viajes, el crecimiento urbano que obliga a sus habitantes a buscar descanso y sosiego en otros lares, y las condiciones naturales presentes en los sitios turísticos y las creadas por el hombre. Todos estos factores y otros más, han hecho que el turismo se haya desarrollado a través del tiempo y de la historia hasta llegar a ser hoy en día un factor de primer orden como vía alterna de desarrollo económico (Acerenza, Miguel, 2006).

Es en la segunda mitad del siglo XVIII hasta comienzos del siglo XIX se produce un importante salto cualitativo en la evolución del turismo, por lo que se puede afirmar que es en este periodo cuando se sientan las bases de tal fenómeno. Se puede decir que el “turismo moderno” comienza a desarrollarse en el siglo XIX. A lo largo de esta centuria surgen una serie de personajes que por su actividad se pueden considerar como los fundadores de esta nueva actividad.

Por un lado, Thomas Cook es considerado primer agente de viajes y padre del turismo moderno británico, ya que fue el creador de la idea de las Agencias de Viaje, así como el precursor de una serie de adelantos turísticos que aún en la actualidad se siguen aplicando. Es en el año de 1841, en que Cook, aprovechando las ventajas del nuevo transporte ferroviario, organiza un viaje en tren desde Leicester hasta Loughborough, lugar en el que se celebraba un congreso antialcohólico. El viaje fue todo un éxito, transportó a 570 personas y se les proporcionó además el almuerzo. Cook se encargó de todo y así nació el primer viaje en grupo organizado. Por lo cual se dio cuenta de las grandes posibilidades

económicas que tenía esta actividad, así que decidió dedicarse a esta tarea y creó en 1851 su propio negocio, la primera agencia de viajes: “Thomas Cook and Son” (Acerenza, Miguel, 2006).

Por su parte cesar Ritz, quien es considerado padre de la hotelería, concibió, organizó y dirigió los hoteles de lujo del llamado Ancien Regime turístico que estuvo en vigor hasta 1914. Llego a manejar 12 hoteles, creo la documentación para conocer al cliente. GluckMann concibe al Turismo como un conjunto de los viajeros cuyo motivo es el placer o motivo comerciales.

Barman afirma que el turismo es una actividad de ocio, implica un movimiento o desplazamiento además conlleva un descubrimiento, también trae consigo y trae una interacción entre el sujeto y el medio ambiente, además contacto entre los visitantes, y los residentes del país visitado, aunque de forma temporal.

En el siglo XX, se produce un cambio en el turismo y este se convierte en un fenómeno social y generalizado especialmente a partir de la década del 50 cuando la burguesía media logra alcanzar la actividad que hasta este momento solo estaba reservado para la alta burguesía. Los factores que permitieron esta generalización fueron de índole: económicas, políticas y sociales, tales como; aumento del nivel y la esperanza de vida, flexibilidad en los trámites de fronteras, desarrollo tecnológico del transporte y los medios de comunicación masiva, el descanso retribuido, aumento del nivel cultural y mayor experiencia de viaje en anteriores (Acerenza, Miguel, 2006).

Para Ramírez, R. (2006), históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, muchos de los cuales viajaban por placer y por deseo de sobresalir como persona importante. Actualmente el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a grandes masas con derecho a participar en la recreación y el descanso. Para Briceño (2000), el turismo en lugar de vincularse a los estratos sociales se vincula con los estilos de vida del hombre; centenares de personas hacen turismo más en función de su constitución física, estructura familiar, educación, orientaciones de consumo, relaciones interpersonales y relaciones laborales, que en función de la posesión de riquezas. Es decir, lo determinante es el estilo de vida y la relación laboral, de allí que se identifiquen diversos tipos de turista (jubilados,

asalariados de empleos flexibles o rígidos, profesionales independientes, bohemios, entre otros) y de servicios ajustados a éstos.

Según Ramírez, R. (2006), existen algunos puntos de vista notables para analizar el turismo desde de la perspectiva del viajero (demanda turística) y de la comunidad receptora (oferta turística). Desde la primera perspectiva, el turismo es la tendencia natural del ser humano de trasladarse a un sitio diferente de aquel donde usualmente vive, para beneficiarse de las bondades de otros lugares, descansar, esparcirse, recrearse y escapar de la monotonía de su vida diaria. Desde la perspectiva de los pueblos, regiones o naciones, emisores y receptores, el turismo es un fenómeno socioeconómico que influye en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, gracias al intercambio de conocimientos, culturas, credos, idiomas y otros. Otros conceptos, basados en la oferta turística, los presenta Ramírez (2002), al indicar que el turismo es un fenómeno social-humano contentivo de actividades tendentes a satisfacer necesidades humanas y de recreación en el marco del ocio y del tiempo libre. Para la OIT (2003), el turismo es el sector relacionado con los viajes: agencias de viaje, operadores y guías de turismo y actividades relacionadas. También desde la óptica de las comunidades receptoras y la oferta turística, para el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (citado por De la Torre, 1989), el turismo es un conjunto de relaciones, servicios e instalaciones que cooperativamente promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de visitantes. Otros conceptos que fusionan la oferta y la demanda turística con aspectos económicos, psicológicos y sociales, son presentados por Arrillaga (1955), De la Torre (1980), Gurria (2004) y Hunzinker y Krapf (1963).

En este orden de ideas, el turismo es un fenómeno social que consiste en un conjunto de relaciones por desplazamientos voluntarios (el turismo existe sólo en condiciones de libertad donde los individuos tengan facultades para decidir cuándo y hacia donde desplazarse. No existe turismo cuando el individuo está obligado a desplazarse) y temporales de individuos o grupos que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultural o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro. Este desplazamiento responde a causas ajenas al lucro o actividades lucrativas o remuneradas, generando múltiples interrelaciones de importancia social, en el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y relaciones.

El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman. Como ya se ha mencionado anteriormente, existe todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar del turismo que quede reflejado en una definición universal.

### **5.3. El Sistema turístico**

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente (OMT, 1994).

#### **5.3.1. Sistema turístico de cuervo**

El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos (Cuervo, 1967. P.29).

Para Cuervo el turismo es un gran conjunto compuesto de los subconjuntos siguientes:

- a. Los medios de comunicación aérea, automovilística, ferroviaria, marítima, fluvial, etcétera.
- b. Los establecimientos de hospedaje, hoteles, albergues.
- c. Las agencias de viajes.
- d. Los guías de turismo.
- e. Los restaurantes, cafés, y demás establecimientos en los que una población flotante obtiene los servicios de alimentos y bebidas.
- f. Los establecimientos comerciales dedicados a la venta de recuerdos, artículos de viaje y demás artículos de consumo usual de los viajeros.
- g. Artesanos dedicados a la producción de objetos típicos.
- h. Centros de diversión, cuya clientela está formado por una cantidad significativa de población flotante.

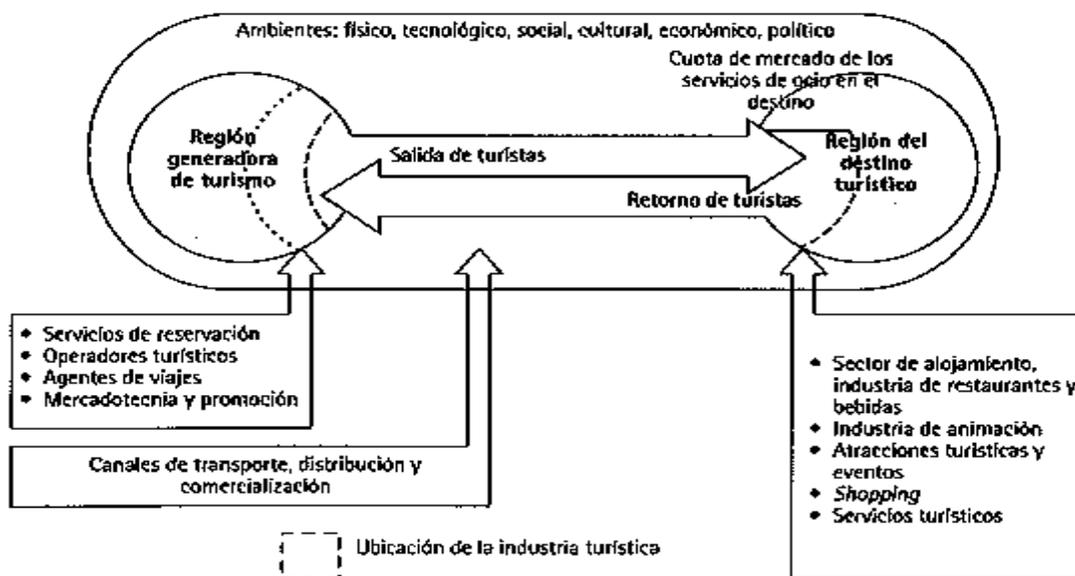
Cada uno de estos subconjuntos se divide a su vez en otros subconjuntos. El análisis de Cuervo se basa también en el supuesto de que el turismo es un conjunto cuya función es la comunicación, como lo señala a continuación: si se acepta que, mediante el viaje, ocurre una comunicación, se puede aceptar como hipótesis válida que el conjunto turismo

es un sistema, y que para este sistema es posible determinar una función, en este caso es la comunicación (cuervo, 1967, p.33).

### 5.3.2. Sistema turístico de Leiper

Leiper propuso un modelo de sistema turístico compuesto de cinco elementos, que comprenden tres elementos geográficos: la región de origen del viajante (el origen o el ambiente usual de convivencia del viajante), una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino, y la región del destino turístico. Los otros dos elementos son el turista y la industria del turismo y de los viajes (centros de información turística, medios de hospedaje, etc.). De acuerdo a Leiper (1990), la interacción de estos cinco elementos es influida por factores externos y, a su vez, este mismo sistema impacta sobre los diferentes ambientes, tales como el humano, el sociocultural, el económico, el tecnológico, físico, político, legal, etc., e influye a medida que los viajeros pasan a través de la región de tránsito.

Figura 6 Modelo del Sistema turístico de Leiper



Fuente: Adaptada de Leiper

En este esquema muestra también donde se encuentran localizados los diversos proveedores que componen el sistema turístico. Por ejemplo, en la región generadora de turismo se encuentra la agencia de viajes emisoras y las empresas de mercadotecnia y promoción que desean influir sobre la demanda turística. Entre la región generadora se

encuentran los medios de transporte y los canales de distribución y comunicación. Por último en la región del destino turístico se encuentra el sector de medios de hospedaje y las atracciones turísticas. En este esquema se puede observar también que la experiencia turística empieza desde la región generadora, pasando por la región de tránsito, hasta llegar a la región de destino.

En el sistema de Leiper, cada uno de los elementos no solo interactúan con el sistema contribuyendo con la existencia del producto turístico, sino también los impactos por el mismo. De acuerdo con Lohmann (2004, p. 12), las principales ventajas que presenta el modelo de Leiper son su simplicidad y aplicabilidad general que proporciona una forma sutil de visualizar el sistema turístico.

### **5.3.3. Sistema turístico de Molina**

Sergio Molina considera que el estudio sistémico del turismo está poco desarrollado, en especial en América Latina. Según este autor, el turismo, visto como un sistema, está formado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común. De acuerdo con la visión de Molina (1997), las partes o subsistemas que forman el sistema turístico son:

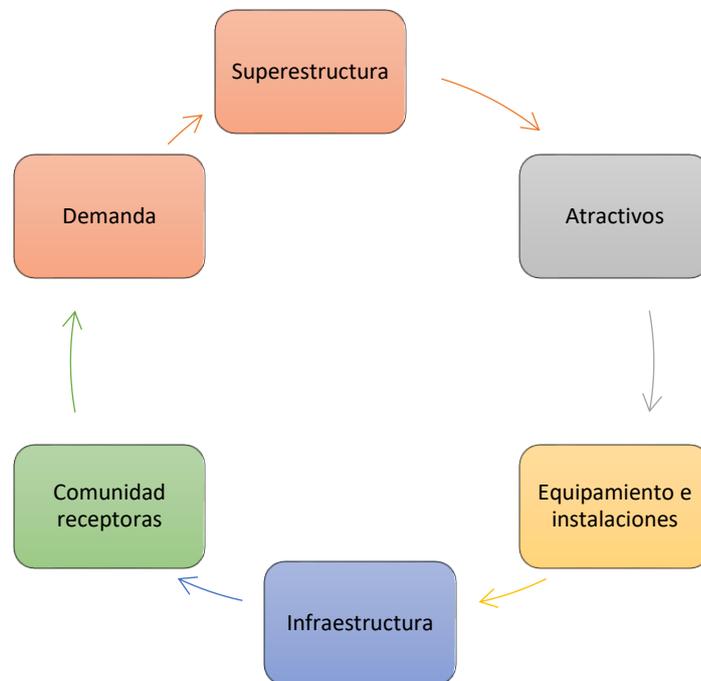
- La superestructura: organizaciones del sector público y privado; leyes, regulaciones, proyectos y programas
- La demanda: turistas residentes en el país y en el extranjero
- La infraestructura: aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, telefonía, etcétera.
- Los atractivos naturales y culturales.
- El equipamiento y las instalaciones: hoteles, moteles, campings, tráiler parks, restaurantes, cafés, agencia de viajes, piscinas, canchas de tenis, entre otros.
- La comunidad receptora: residentes locales relacionados directa o indirectamente con el turismo.

El sistema propuesto por este autor se clasifica como abierto, debido a que establece relaciones de input y output (entrada y salida) con el medio ambiente en el que se encuentra. Los objetivos de los subsistemas arriba detallados son:

- Contribuir a la evolución integral de los individuos y de los grupos de individuos.

- Promover el crecimiento y el desarrollo económico y social.
- Proporcionar descanso y diversión.

Figura 7 La imagen representa el sistema turístico de Molina



Fuente: elaboración propia Molina (1991).

#### 5.3.4. Sistema turístico de Beni

El sistema de turismo propuesto por Beni pertenece a la categoría de sistema abierto por influir sobre los demás sistemas con los que se relaciona y ser influido por ellos. Este es compuesto por los puntos siguientes:

1. Conjunto de las relaciones ambientales. Compuesto por un sistema cultural, social, ambiental y económico.
2. Conjunto de la organización estructural. Esta está constituido por los sistemas de la superestructura y de la infraestructura. La superestructura se refiere a la compleja organización, tanto pública como privada, que permite armonizar la producción y la venta de los diferentes servicios del sistema de turismo. Comprende la política oficial del turismo y su ordenación jurídico-administrativa, que se manifiesta en el conjunto de medios de organización y de promoción de

los organos e instituciones oficiales, y de estrategias gubernamentales que interfieren en ese sector (Beni, 2001).

3. Conjunto de las acciones. En este conjunto es en que se encuentra la dinamica del sistema de turismo. de este conjunto forman parte los subsistemas de la oferta, del mercado, de la demanda, de la produccion, de la distribucion y del consumo.

En el subsistema de la oferta se encuentran los bienes y servicios y servicios turisticos puestos a disposicion del turista. La demanda se refiere a la cantidad de personas que, en un determinado tiempo, estan dispuestas a consumir los bienes y servicios turisticos. Por lo tanto, el mercado se configura en la interseccion entre la oferta y la demanda y trata de dar respuesta a las interrogantes fundamentales: que producir, como producir, y para quien producir.

El subsistema de produccion reúne a las empresas que producen bienes y servicios turisticos (restaurantes, hoteles, empresas de autobuses). En el subsistema de consumo se encuentran los procesos relacionados con las decisiones de compra, consumo de bienes y servicios turisticos. En el subsistema de distribucion es, el conjunto de medidas que se toman con objeto de llevar el producto al consumidor (Beni, 2001).

La propuesta teorica de Beni se considera la mas importante hecha por un autor brasileño no solo por su pionerismo, ineditismo, y alcance, sino tambien por su complejidad y por su vision holistica del desarrollo del turismo.

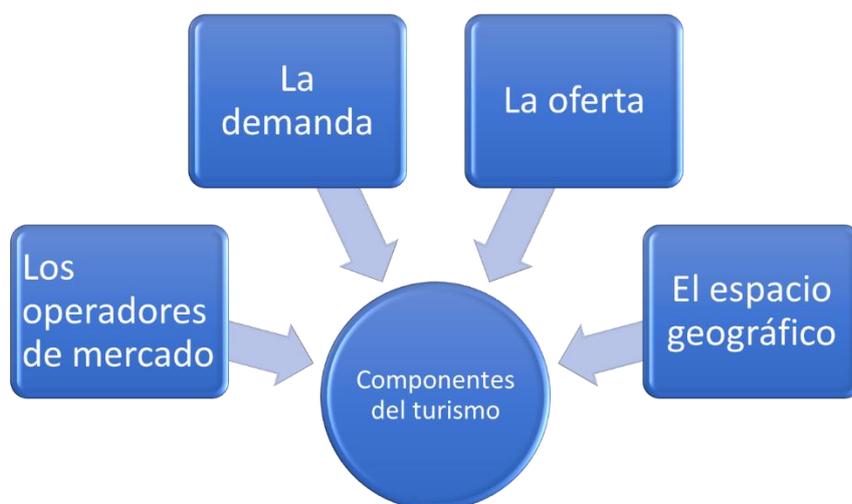
#### **5.4. Componentes del turismo**

La OMT (1998), considera que los componentes del turismo son:

1. El espacio geografico, es la base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda, y que ofrece atracciones como clima, paisaje, playas, monumentos históricos, cultura de la población residente, entre otros.
2. La oferta, compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística.
3. La demanda, formada por el conjunto de productos, servicios o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

4. Los operadores del mercado, que son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, los tour operadores, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

Figura 8 Componentes del turismo según la OMT



Fuente: Elaboración propia con base en la OTM.

## 5.5. Los productos turísticos

De acuerdo a la SECTUR, un producto es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística:

- a.- Producción de bienes
- b.- Las agencias de viajes y
- c.- Los operadores turísticos

De esta forma, el producto turístico está conformado por las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas, incluyendo a los servicios de entretenimiento y de recreación u ocio, así como a todo activo natural, cultural y social donde se desarrolla

gran parte de las actividades de servicio (localidad receptora), que constituye, en muchos casos, el mayor atractivo para el turismo y la principal razón de los desplazamientos. Es así como un producto turístico resulta de la combinación, según Álvarez (2005) y Cárdenas (2001), de los activos de cada localidad y los servicios prestados. Es decir, los productos turísticos concebidos como sistemas, están conformados por un conjunto de características naturales, culturales y factores creados en infraestructura de alojamiento, transporte y otros.

### 5.5.1. Composición del producto turístico por actividades de servicio.

Según Acerenza (2001), todos los componentes del sistema turístico funcionan a partir del elemento dinámico (turista). Todo inicia con el traslado del turista desde su lugar de origen hasta su regreso al mismo; es decir, desde que éste parte y a lo largo de su ruta y durante su estadía, demanda una serie de servicios (transporte, alojamiento, restauración y entretenimiento), así como razones para realizar su viaje, atractivos naturales, científicos, culturales, deportivos y otros. Como se muestra en la siguiente ilustración.

Figura 9 Composición del producto turismo por actividades y servicio



**Fuente:** Elaboración propia con base en datos tomado de Álvarez y otros (2001) y Álvarez (2005).

Boullón (2003), explica el sistema turístico desde el punto de vista de sus componentes, como el encuentro de la oferta y la demanda turística (Figura 4) a través del proceso de venta del producto generado por la estructura de producción turística. Para Gurría (2004), todo este sistema debe estar perfectamente regulado a fin de equiparar cualitativa y cuantitativamente la oferta y la demanda. Igualmente, Cárdenas (2001) indica que al considerar el sistema turístico como el conjunto de bienes y servicios ofrecidos interrelacionadamente, la ausencia de uno de ellos obstaculiza e impide la venta o prestación de otros.

Asimismo, explica que sólo es posible producirlos y combinarlos, de manera rígida, en el mismo lugar donde el turista se traslada (destino), aunque su venta pueda realizarse en las localidades de origen del turista o en muchos otros. En la actualidad el enfoque o concepción del producto turístico referida únicamente a sus componentes desde el punto de vista de la oferta turística o de estructura de producción, ha evolucionado. Recientemente, según Trauer (2006) el producto turístico es concebido como un sistema interdisciplinario donde la demanda turística es un elemento importante dentro de un nivel macro en el que confluyen un sistema global, un sistema de oferta y un sistema de demanda.

En la actividad turística, las estrategias adoptadas para el logro de una mayor competitividad deben estar basadas en un sistema analítico compatible con los elementos económicos, políticos, sociales, culturales y medio ambientales del destino donde operan.

## **5.5. Aspectos teóricos de la competitividad**

### **5.5.1. La competitividad**

El Diccionario Oxford de Economía define el término competitividad como “la capacidad para competir en los mercados por bienes o servicios.”

Esta definición parece desentrañar el concepto general del término de la competitividad, no obstante es bastante limitado, ya que no contempla en general los distintos ámbitos en los que la competitividad se desarrolla y en general es un concepto más complejo dependiendo del contexto. La necesidad de definir con claridad y de comprender este término va más allá de objetivos puramente semánticos. De acuerdo a Sharon Oster “La Competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo”.

“La competitividad es producir más y mejores bienes y servicios de calidad que se comercialicen exitosamente entre los consumidores nacionales y extranjeros. La competitividad conduce a trabajos mejor pagados y a la generación de los recursos

necesarios para crear una infraestructura adecuada de servicios públicos y de apoyo a los desfavorecidos” (Newall, 1992).

Macías (2000) menciona que un elemento básico de la competitividad es la presencia de ventajas comparativas, que son estáticas y se basan principalmente en la riqueza del territorio; pero para que se sea aún más competitivo las ventajas comparativas se deben de transformar en ventajas competitivas las cuales son dinámicas y permiten innovaciones en los procesos y los productos. Por su parte Cordero et al., (2003), establece que la sola posesión de ventajas comparativas no es suficiente para garantizar la competitividad, para generarla se debe de desarrollar tecnología, conocimiento y capacidad empresarial. En el mismo tenor Linares y Gutiérrez, (2002) establecen que la presencia de factores de la producción y ubicación de los recursos naturales no son el factor determinante de la competitividad, ya que estas ventajas se han ido sustituyendo por ventajas competitivas que implican una visión más dinámica y global, este cambio se ha dado por cambios estructurales de los países efecto de la globalización (ampliación del espacio geográfico, social, cultural, político y económico).

Para Cebreros (1993) la competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico. No sólo es un problema de tipo tecnológico y económico, sino involucra una gran variedad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas (Díaz-Bautista, 2006). Por lo tanto, debe de integrar la tecnología, con los aspectos ecológicos, con la finalidad de equilibrar la rentabilidad económica con los objetivos de bienestar social; todo esto basado en el buen uso de los recursos naturales (Cebreros, 1993).

Desde una perspectiva microeconómica la competitividad es entendida como un aspecto organizativo, en donde los comportamientos específicos de una organización determinan la competitividad. (Porter 1980; Dwyer 2001).

Para Cordero y colaboradores (2003) así como para Cebreros (1993), la competitividad se define como la capacidad de mantener y ampliar la participación de las empresas en

los mercados locales e internacionales de una manera lucrativa que permita su crecimiento. Se presenta en diferentes niveles: entre países, entre regiones, entre sectores, entre cadenas productivas, entre industrias del ramo y entre empresas, pero donde un elemento importante es el territorio el cual es la unidad espacial con un tejido social propio, que se encuentra asentado en una base de recursos naturales particulares, que presenta ciertas formas de producción, consumo e intercambio, y que está regida por instituciones y formas de organización particulares (Cordero et al., 2003).

### 5.5.2. Ventajas comparativas y ventajas competitivas

En la actividad turística, las estrategias adoptadas para el logro de una mayor competitividad deben estar basadas en un sistema analítico compatible con los elementos económicos, políticos, sociales, culturales y medio ambientales del destino donde operan. En el diseño de la estrategia para obtener una mayor competitividad en el mercado turístico, cabe distinguir dos conceptos: las ventajas comparativas y las ventajas competitivas de un destino turístico.

Las ventajas comparativas: vienen dadas por los factores propios del destino turístico que han posibilitado su nacimiento y su expansión. Entre ellos, cabe destacar los recursos naturales (playas, montaña, clima, etc.), las condiciones socioeconómicas (disponibilidad de mano de obra, etc.), las políticas utilizadas para mejorar el sector (como, por ejemplo, la devaluación de la moneda). Se trata, pues, de aquellos elementos que condicionan la situación de partida y que han constituido el núcleo del paradigma de desarrollo turístico predominante hasta el momento.

Las ventajas competitivas: vienen determinadas por aquellos elementos incorporados (valor añadido) al destino turístico. La educación y formación específicas para la actividad turística, una mejora de los canales y medios de información del destino, el esfuerzo permanente por introducir innovaciones, etc. son las grandes líneas de actuación que permiten mejorar la competitividad en el momento actual. El paso desde el antiguo paradigma empresarial basado en las ventajas comparativas, al nuevo paradigma basado en las ventajas competitivas, implica reconocer que el mercado se enfrenta a una competencia cada vez mayor.

Por ello, Fayos Solá (1991) establece que la competitividad de los destinos turísticos debe afrontarse a través de las ventajas competitivas, que permiten asegurar que el destino no sólo compite a través de los precios, como ocurría anteriormente, sino incorporando otros elementos: calidad del servicio, imagen, respeto al medio ambiente, etc. El nuevo paradigma busca la rentabilidad sustentable de la actividad turística a largo plazo, es decir, pretende no sólo aumentar sino también mantener la capacidad de obtener beneficios a lo largo del tiempo. Rompe, por tanto, con la idea que ha predominado hasta el momento: maximizar los beneficios a corto plazo, sin tener en cuenta los impactos negativos (económicos, sociales, medioambientales) de la actividad turística en el entorno. La ventaja comparativa ya no garantiza el mantenimiento de la diferenciación del destino.

El diseño de la estrategia competitiva de la empresa debe realizarse con la idea de mantener las ventajas competitivas que ésta tiene sobre sus competidores, en un entorno sujeto a cambios permanentes. Por ello, la empresa debe partir de la definición de las ventajas que pretende lograr.

## **5.6. Modelos de competitividad**

En este apartado se analizarán tres modelos de competitividad: el primer modelo al que se hará referencia es el modelo de Porter, el segundo modelo referenciado es el del Fondo Económico Mundial, que considera elementos interesantes a la hora de analizar los factores de los que depende la competitividad de un país, sin embargo resulta poco operativo a la hora de aplicarlo a la industria turística; por último, el Modelo de Calgary, que se centra en el sector turístico, está todavía en una fase incipiente de desarrollo.

A) Modelo de competitividad de Porter: Puesto que las empresas operan en un marco institucional y en países específicos, Porter (1990) afirma que su posición competitiva está influenciada por el entorno del sector al que pertenecen, que generalmente se encuentra condicionado por los siguientes elementos:

1. Condiciones de los factores productivos. El éxito de un sector determinado depende de un amplio abanico de factores productivos como la existencia de recursos humanos cualificados, la tecnología disponible, las características desarrolladas en el proceso de

entrega del servicio, las condiciones geográficas y medio ambientales, la localización, el papel jugado por el sector público, el capital financiero disponible, etc.

2. Condiciones de la demanda. Es obvio que las características propias de la demanda en cada país o región determinan el comportamiento empresarial y las estrategias que se han de seguir en cada caso. Así, por ejemplo, el grado de sofisticación de la demanda en un país determinado influirá en el sector empresarial a la hora de responder a las exigencias de la misma. La segmentación, es, por tanto, una herramienta fundamental para crear ventajas competitivas e identificar los cambios que se vayan produciendo en las expectativas de los consumidores.

3. Características de las industrias conexas. La presencia o ausencia de un tejido de industrias conexas, en sentido horizontal (se habla, entonces, de complementariedad) o en sentido vertical (cuando existen proveedores), determinarán el grado de desarrollo de un sector específico. El acceso a cierta tecnología, por ejemplo, facilita el intercambio de ideas e información entre dichas empresas, así como también la innovación del sector.

4. Estrategias de las empresas, características relativas a la estructura del sector y al grado de rivalidad existente. Estos factores determinarán la organización y formas de gestión de las empresas, por lo que influirán en el ritmo de desarrollo de un sector determinado.

B) El modelo de competitividad del Fondo Económico Mundial (WEF, 1992): Identifica la competitividad de un país con la habilidad del mismo para crear y sostener a largo plazo un valor económico añadido en relación con sus competidores. Para obtener un output (resultado) rentable, toda economía combina una serie de inputs o factores de competitividad. El WEF desarrolla un modelo de competitividad basado en el examen de los ocho factores que, en su opinión, determinan la competitividad de un país: fortaleza de la economía nacional, internacionalización, políticas llevadas a cabo por el gobierno, finanzas, infraestructuras, gestión, ciencia y tecnología y recursos humanos. Sin embargo, como ya se mencionó al principio, este modelo no resulta muy operativo a la hora de realizar un análisis específico de la competitividad en el sector turístico.

C) El Modelo de competitividad de Calgary: Permite el análisis de la competitividad del turismo en una región específica (Ritchie y Crouch, 1993). La diferencia fundamental con el modelo de Porter examinado es que éste último es más genérico y no permite la

cuantificación de las variables estratégicas para mejorar la competitividad, mientras que dicha cuantificación es posible en el Modelo de Calgary. Así, se propone una serie de funciones compuestas por variables medibles en el mundo real del turismo. La información interna del destino y la investigación del mercado acerca de las preferencias de los consumidores constituyen dos elementos básicos en la aplicación de este modelo. Por ejemplo, la función Atractivo representa la relación existente entre las variables concretas y medibles que atraen y motivan las visitas al destino y las que componen los elementos disuasorios. Este modelo, sin embargo, necesita desarrollos adicionales que justifiquen la elección de las variables independientes que entran en las funciones, cuáles son los factores que determinan cada una de esas variables y cuál es el peso relativo de cada una de ellas en la función de competitividad. A continuación se presentan varios de los conceptos que precisan los elementos de la actividad turística, los cuales es necesario puntualizar:

La competitividad de un destino turístico dependerá de la combinación y sinergias de un conjunto de factores como son la capacidad competitiva de las empresas, la dotación de infraestructura, la disponibilidad de capital humano, y el entorno macroeconómico e institucional (Lillo Bañuls, Rodríguez y Sevilla Jiménez, 2007).

La competitividad en el sector turístico se define como la capacidad de las empresas turísticas –extranjeras o nacionales-, de la forma que en el destino realicen un gasto que sirva para compensar los costes de desarrollo de esa actividad, así como para remunerar los capitales invertidos por encima de su coste de oportunidad (Rodríguez y Guisado, 2003).

La competitividad turística es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de una manera sostenible y sostenida; lo cual puede alcanzarse mediante la consecución de rentabilidades financieras por encima de la media de los ámbitos empresariales, y de rentabilidades sociales y ambientales como consecuencia de la actuación de organismos e instituciones públicas, así como como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas (Esteve Secael, 2003).

La competitividad turística es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de un mercado respecto a sus competidores (Hassan, 2000).

# Capítulo VI

## Revisión de literatura

Boullón (1985) sitúa al turismo como un fenómeno históricamente condicionado; se detiene en las causas socioeconómicas del mismo, al puntualizar que la cantidad de tiempo libre ha ido variando de un modo oscilatorio a lo largo de la historia, propiciándose a partir de las condiciones económicas y sociales que se generan en las sociedades capitalistas del siglo XX, la división de este tiempo - al menos para una parte de la sociedad - en dos grandes categorías: “turismo y recreación”. Así, la existencia del turismo la entiende como “un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros, al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión”

La Cuenta Satélite de turismo de México (2003-2007), refiere al turismo como las acciones que realizan los visitantes. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. Así, el turismo no puede ser definido independientemente de los visitantes (turistas) y las acciones realizadas por éstos, durante sus viajes. El turismo, visto como una acción efectuada por turistas, representa una función de consumo que está relacionada con la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del visitante.

Según el SECTUR el turismo se define como: una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de

quienes se trasladan, se sustenta el uso de recursos y en la prestación de servicios, generando repercusiones diversas.

Por su parte, McIntosh y Gupta (1993) consideran que cualquier intento por definir el turismo debe comprender los diversos grupos que participan y son afectados por esta actividad, pues estiman que su incorporación es vital en el intento por plantear una definición completa. En este sentido identifican cuatro perspectivas: 1) el turista; 2) el negocio que proporciona bienes y beneficios turísticos; 3) el gobierno de la comunidad o área anfitriona, y 4) la comunidad anfitriona. Basándose en las mismas, definen al turismo como “la suma de turistas, comerciantes, gobiernos anfitriones y comunidades anfitrionas en el proceso de atraer y hospedar a esos turistas y a otros visitantes”.

En este mismo orden de ideas la actividad turística según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las características más importantes del turismo. Éstas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos –tres meses– o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual –seis meses–.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

El Turismo Cultural se define como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”

En conclusión, el turismo es una actividad que realiza el hombre al desplazarse de un lugar a otro de manera temporal originada por distintos motivos personales y que cada día adquiere más fuerza debido al crecimiento con base en la economía mundial.

De acuerdo a la Real Academia de la lengua Española (RAE), una ruta es definida como el “camino o dirección que se toma para un propósito”; siendo sinónimo de la palabra itinerario, que es definida como la “ruta que se sigue para llegar a un lugar” o “dirección y descripción de un camino con expresión de los lugares, accidentes, paradas, etc., que existen a lo largo de él”. Se pueden definir los itinerarios o rutas turísticas como el camino en el que se especifican los lugares de paso y en el que además se proponen una serie de actividades y servicios (Gómez y Quijano, 1991).

Las rutas turísticas no solo han de hacer referencia al recorrido (modos de desplazamiento y lugares recorridos) sino que además son el objeto del mismo (Calabuig y Ministrál, 1998), es decir, son el destino. Esta afirmación, fácilmente comprensible, entraña una gran complejidad, puesto que resulta muy difícil conseguir que las rutas adquieran esta relevancia, y es muy frecuente que su diseño se convierta en inventarios de elementos aislados que comparten una temática, pero que en realidad carecen de una conexión y soporte territorial atractivo. Como señala Enrique Torres Bernier, lo que diferencia a los itinerarios o rutas de otros desplazamientos turísticos es “la capacidad de recorrer y al mismo tiempo ver, conocer y sentir” (Torres, 2006). Por ello, en las rutas los recursos (culturales o naturales) no se contemplan de manera aislada, sino que forman parte de un todo (Navalón, 2014); lo que supone una ruptura con la tendencia pasada, en la que la oferta se constituía por un destino específico, transitando en la actualidad hacia una tendencia de comercializar y diversificar un territorio completo con un denominador común y características y valores singulares (Hernández, 2011).

El desarrollo alcanzado por la actividad turística en los últimos años ha permitido que se maduren ciertas ideas en cuanto a elaborar términos específicos que permitan definir las diferentes actividades que en este sector se realizan, como, por ejemplo, el producto turístico. Bajo esta lógica es preciso se señala el producto turístico como una de las denominaciones que permite englobar toda una serie de actividades que comprende el turismo. La Secretaria de Turismo lo describe como el conjunto de bienes y servicios que

se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística:

- a.- Producción de bienes
- b.- Las agencias de viajes y
- c.- Los operadores turísticos.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), el diseño de un producto turístico está basado en conceptos como patrimonio, recursos y destino. El patrimonio turístico es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del viajero (por ejemplo, una playa, una montaña, etc.). El recurso turístico son los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (infraestructuras de acceso a la playa, señalización de un parque natural en una montaña).

Middlenton, (1994) señala que el producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. En un sentido más amplio el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida.

Para Medlik (2004), el producto turístico desde el punto de vista del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte y restaurantes) a los cuales Ramírez, C. (2006) le adiciona los atractivos y recursos humanos. Por lo anteriormente expuesto debe de existir la promoción turística la cual **Implica** la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita.

La creación de productos turísticos ha propiciado la competitividad entre los ya existentes, creando la necesidad de crear destinos más competitivos que cumplan con las exigencias de los clientes que son potenciales.

La competitividad de un destino turístico dependerá de la combinación y sinergias de un conjunto de factores como son la capacidad competitiva de las empresas, la dotación de infraestructura, la disponibilidad de capital humano, y el entorno macroeconómico e institucional (Lillo Bañuls, Rodríguez y Sevilla Jiménez, 2007).

La competitividad en el sector turístico se define como la capacidad de las empresas turísticas –extranjeras o nacionales-, de la forma que en el destino realicen un gasto que sirva para compensar los costes de desarrollo de esa actividad, así como para remunerar los capitales invertidos por encima de su coste de oportunidad (Rodríguez y Guisado, 2003).

La competitividad turística es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de una manera sostenible y sostenida; lo cual puede alcanzarse mediante la consecución de rentabilidades financieras por encima de la media de los ámbitos empresariales, y de rentabilidades sociales y ambientales como consecuencia de la actuación de organismos e instituciones públicas, así como como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas (Esteve Secael, 2003).

La competitividad turística es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de un mercado respecto a sus competidores (Hassan, 2000).

El destino turístico: para Bull (1994) es el “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”. Otros autores (Cooper et al., 1993), definen el destino turístico como la “concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”.

La OMT (1999, 2007) ha establecido que el destino turístico representa la unidad básica de análisis en turismo y reconoce tres perspectivas para su comprensión: la geográfica

(una zona fácilmente reconocible con límites geográficos o administrativos que los turistas visitan y en la que permanecen durante su viaje), la económica (el lugar en el que permanecen más tiempo, en el que gastan una suma pertinente de dinero y en el que los ingresos por turismo son considerables, o potencialmente considerables, para la economía), y la psicográfica (la que constituye el principal motivo del viaje). Asimismo, el destino está atendido por los sectores público y privado, y puede tratarse de todo un país, una región, una isla, una aldea o una ciudad, un centro o atracción independiente.

De manera general, el destino turístico se concibe como una zona identificable de manera independiente, que se promueve como lugar que los turistas pueden visitar y donde una o varias instancias gubernamentales u organizaciones coordinan el producto turístico que ofrece (Comunidades Europeas, 2002).

Para Bigné et al. (2000: 30) “Los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas.” Dichos autores consideran al destino turístico “como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo, con independencia de las atracciones que existan en otras zonas” (Bigné et al., 2000: 30); lo que implica los tres elementos fundamentales siguientes:

- El destino turístico como unidad o sistema que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras.
- El destino turístico puede coincidir o no con los límites administrativos de que se trate.
- El turista percibe sus vacaciones como una experiencia global que está conformada por una cadena de productos y servicios que requieren ser integrados en función de su satisfacción.

Hay que decir que estas nociones sobre el destino turístico dominaron toda la década inicial del siglo XXI y siguen proyectándose como referentes obligados durante la presente. En ellas están presentes las ideas de totalidad y centralidad de los destinos, donde considerar cómo los recursos turísticos y servicios se relacionan entre ellos, su nivel de concentración y lo que significan para los turistas es determinante.

Existen otros muchos significados del término “destino” desde las perspectivas de la sociología, el marketing o la gestión, y su identificación puede variar según la multiplicidad de agentes (demanda turística potencial y real, actividades turísticas privadas locales, agentes públicos, actividades turísticas no locales, comunidad receptora) y de percepciones (Manente, 2008).

Los destinos turísticos son considerados componentes vitales del turismo y cuenta con tres elementos a resaltar: la región destino, la comunidad del destino y el gobierno de destino (Weaver et al., 2002).

Los destinos turísticos cuentan con elementos básicos que atraen al turista y que buscan satisfacer sus necesidades, este grupo de elementos está conformado por las atracciones, las amenidades, la accesibilidad. La imagen, el precio y los recursos humanos (OTM, 2007).

Para Cooper et al. (2005) las atracciones constituyen la razón más importante en la elección del destino turístico, ya que puede convertirse en el motivo de la visita del destino.

Establecer la definición universal de una atracción turística resulta complejo, sin embargo, se puede definir como un lugar con nombre establecido, ya sea con características humanas o naturales, que es el centro de atención de los visitantes.

En este breve recuento de toda la revisión de las obras que son referentes al presente trabajo de investigación, se pudieron precisar los conceptos más sobresalientes para ampliar los conceptos que son la pieza clave para el desarrollo de la investigación.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública. Otra definición propuesta responde como el conjunto de medidas adoptadas por la Administración Nacional de Turismo (ANT) para el mayor aprovechamiento de los recursos Turísticos.

# Capítulo VII

## Metodología

La metodología propuesta, estará compuesta por tres etapas; en un primer momento se hará un análisis descriptivo estadístico, en segundo lugar se hace necesario realizar análisis de clúster K-medias y clúster jerárquico, y finalmente, una vez hecho todo este procesamiento de los datos que se proponen, se contraponen los resultados con lo propuesto por el programa de la Ruta Don Vasco. A continuación se hace una descripción de cada una de las etapas que estará conformada dicha investigación, y que dará pauta para obtener los resultados.

### 7.1. Análisis de clúster jerárquicos

Los procedimientos exploratorios son a menudo útiles para entender la naturaleza compleja de las relaciones multivalentes. Realizar la búsqueda de datos para encontrar una estructura de agrupamientos “naturales” es una importante técnica exploratoria que permite identificar con facilidad valores atípicos y generar hipótesis interesantes acerca de la relación que existe entre las variables (Johnson & Fichen, 2007).

Un clúster se define como un grupo de observaciones o casos relativamente homogéneos. La agrupación o agrupaciones se definen a través de un análisis de los datos. Posteriormente los grupos pueden ser utilizados para llevar a cabo análisis multivariantes. A diferencia de otros análisis como el discriminante, el análisis de clústeres crea nuevas agrupaciones sin ninguna noción preconcebida de los grupos que pueden surgir. Así, cada grupo se describe a sí mismo en base a los datos recopilados. Por lo tanto, en algunos

casos los elementos de cada grupo son similares en algunos aspectos y muy diferentes a otros grupos (Burns & Burns, 2008).

### **7.1.1. Definición de la técnica: clúster jerárquico y aglomerativo**

Es un método estándar del análisis multivariado que puede reducir una compleja cantidad de información en pequeños grupos o clústeres, donde los miembros de cada uno de ellos comparten características similares (Lin & Chen, 2006). El AC se considera una técnica eminentemente exploratoria que no utiliza ningún tipo de modelo estadístico para llevar a cabo el proceso de clasificación (Hair et al., 1999; Peterson, 2002) y, por ello, se le podría calificar como una técnica de aprendizaje no supervisado, es decir, una técnica muy adecuada para extraer información de un conjunto de datos sin imponer restricciones previas en forma de modelos estadísticos (Barrios & Carvajal, 2006). El AC tiene por objeto formar grupos o clústeres homogéneos en función de las similitudes o similitudes entre ellos (Peña, 2002). Los grupos se forman de tal manera que cada objeto es parecido a los que hay dentro del clúster con respecto a algún criterio de selección predeterminado (Rao & Srinivas, 2006; Hair et al., 1999). Las técnicas de agrupamiento en el AC se pueden clasificar en dos categorías: el clúster jerárquico y el no jerárquico.

Esta técnica parte de la premisa de que todo fenómeno debe ser ordenado para ser entendible. Sokal y Sneath (1963) son los autores que más han influido en el desarrollo de esta técnica todavía vigente. Se trata de un conjunto de técnicas (fundamentalmente algoritmos) y métodos estadísticos multivariantes de clasificación automática de datos.

Concretamente, a partir de una tabla se trata de situar todos los casos en grupos homogéneos (conglomerados o clústeres) no conocidos previamente pero que los propios datos sugieren (los individuos parecidos serán asignados a un mismo conglomerado, mientras que los diferentes estarán en conglomerados distintos). Es una técnica que se puede utilizar para agrupar individuos o variables. El procedimiento e interpretación de los resultados siguen el mismo patrón. La única diferencia es el contexto donde se ubica la clasificación.

Es habitual utilizar otras técnicas que complementan o confirman la formación de grupos homogéneos de conglomerados, a saber, el análisis discriminante (técnica ad hoc) permite verificar la existencia de relaciones causales entre la pertenencia a un conglomerado determinado y los valores de las variables (Sneath y Sokal, 1973). Los resultados de un clúster pueden ampliarse también con regresión logística, añadiendo siempre nuevas variables independientes y constituyendo los conglomerados agrupando individuos y no solo variables.

Los principios básicos del análisis de conglomerados recogidos por Pérez (2009) son:

- Es un método estadístico multivariante de clasificación automática de datos.
- Tiene la finalidad de revelar concentraciones en los datos para un agrupamiento eficiente en conglomerados según su homogeneidad.
- El agrupamiento puede ser para casos o variables (cualitativas o cuantitativas).
- Es esencial un uso adecuado del concepto de distancia, ya que los grupos se realizan según la proximidad o lejanía de unos con otros.
- Es fundamental que dentro de un conglomerado los elementos sean homogéneos, y lo más diferentes a los contenidos del resto.
- Es una técnica de clasificación post hoc: el número de conglomerados se determina en función de los datos, y puede no ser definido de antemano.

Entre los diferentes métodos de análisis de clústeres se seleccionó el Análisis de Conglomerados Jerárquicos de tipo aglomerativo debido a que dicha herramienta parte del objetivo de agrupar clústeres para generar procesos de aglomeración, minimizando una distancia o maximizando una medida de similitud; que a diferencia de los métodos de reasignación solo se efectúa una inspección para agrupar, por lo que los resultados son modificables en pasos sucesivos, mientras que, el clúster jerárquico, funde un conglomerado que se afianza y permanece ahí hasta el final del proceso. Lo que permite una mayor veracidad respecto de los clústeres obtenidos. (Zamora & Fàvila, 2019)

Los métodos jerárquicos aglomerativos, también se conocen como ascendentes, comienzan el análisis con tantos grupos como individuos haya. A partir de estas unidades

iniciales se van formando grupos, de forma ascendente, hasta que al final del proceso todos los casos tratados están englobados en un mismo conglomerado.

### **7.1.2. Etapas en Análisis Clúster**

#### 1) Elección de las variables

La elección inicial del conjunto concreto de características usadas para describir a cada individuo constituye un marco de referencia para establecer las agrupaciones o clústeres. Para variables de tipo intervalo, la solución general consiste en tipificar las variables antes del análisis, calculando las desviaciones típicas a partir de todos los individuos. Algunos autores, por ejemplo Fleiss y Zubin (1969), consideran que esta técnica puede tener serias desventajas al diluir las diferencias entre grupos sobre las variables que más discriminen; como alternativa sugieren emplear la desviación estándar entre grupos para tipificar. Cuando las variables son de tipos diferentes se suele convertir todas las variables en binarias antes de calcular las similaridades. Esta técnica tiene la ventaja de ser muy clarificadora, pero la desventaja de sacrificar información. Una alternativa más atractiva es usar un coeficiente de similaridad que pueda incorporar información de diferentes tipos de variables de una forma sensible, como el propuesto por Gower en 1971 y que después trataremos. Asimismo, para variables mixtas existe la posibilidad de hacer un análisis por separado e intentar sintetizar los resultados a partir de los diferentes estudios.

Los criterios de ponderación utilizados son genéricos y se basan en la clasificación elaborada por Vrba y Civita (1994), según la importancia de cada variable en la evaluación de las vulnerabilidades (primarias y secundarias), mientras que los coeficientes de ponderación se obtienen por el procedimiento de comparación binaria de Saaty (1977)

#### 2) Elección de la técnica Clúster

La mayor parte de los métodos clúster requieren establecer una medida de asociación que permita medir la proximidad de los objetos en estudio. Cuando se realiza un Análisis Clúster de individuos, la proximidad suele venir expresada en términos de distancias,

mientras que el Análisis Clúster por variables involucra generalmente medidas del tipo coeficiente de correlación, algunas de las cuales tienen interpretaciones en distintos sentidos mientras que otras son difíciles de describir, dado el carácter subjetivo de las mismas.

### 3) Validación de los resultados

Los métodos clúster que se han propuesto y desarrollado en los últimos años son bastante numerosos y muy diversos en cuanto a su concepción, clasificándose, en un primer estado, en jerárquicos y no jerárquicos, distinguiéndose los primeros de los segundos en que las asignaciones de los individuos, hechas por los métodos jerárquicos a los clústeres que se van creando permanecen estables durante todo el proceso, no permitiendo reasignaciones posteriores a clústeres distintos si hubiera lugar a ello, cuestión que sí es factible en los métodos no jerárquicos. Además, en los métodos jerárquicos, el investigador deberá sacar sus propias conclusiones mientras que en los procedimientos no jerárquicos el número final de clústeres está, por lo general, impuesto de antemano, si bien se han desarrollado, dentro de este tipo de métodos, técnicas que permiten una cierta flexibilidad en el número final de clústeres, con el fin de evitar posibles perturbaciones en los resultados definitivos.

### 4) Validación de los resultados e interpretación de los mismos

Esta es la última etapa en la secuencia lógica en la que se desarrolla una investigación a través de un método clúster. Sin duda alguna es la más importante, ya que es en ella donde se van a obtener las conclusiones definitivas del estudio.

Son diversos los métodos propuestos para validar un procedimiento clúster. Por ejemplo, cuando se está trabajando con métodos jerárquicos se plantean dos problemas:

a) ¿En qué medida representa la estructura final obtenida las similitudes o diferencias entre los objetos de estudio?

b) ¿Cuál es el número idóneo de clústeres que mejor representa la estructura natural de los datos? El argumento más empleado para responder a la primera pregunta es el empleo del coeficiente de correlación cogenético, propuesto por Sokal y Rohlf en 1962. Dicho coeficiente mide la correlación entre las distancias iniciales, tomadas a partir de los datos originales, y las distancias finales con las cuales los individuos se han unido durante el desarrollo del método. Altos valores de tal coeficiente mostrarán que durante el proceso no ha ocurrido una gran perturbación en lo que concierne a la estructura original de los datos.

En el caso de la presente investigación se parte de  $n$  individuos de la muestra en este caso son 19 municipios que conforman la Ruta Turística Don Vasco, en el nivel  $K=0$ , se tienen  $n$  grupos. En el siguiente nivel se agruparán aquellos casos que tengan mayor similitud (o menor distancia) respecto a las variables dadas, resultando así  $n-1$  grupos; en el nivel posterior, aquellos dos individuos (o clústeres ya formados) con menor distancia o mayor similitud; de esta forma, en el nivel  $L$  tendremos  $n - L$  grupos formados. Si se continúa agrupando de esta forma, se llega al nivel  $L = n - 1$  en el que sólo hay un grupo, formado por todos los individuos de la muestra.

Los métodos jerárquicos permiten la construcción de un árbol de clasificación, que recibe el nombre de Dendograma, en el cual se puede seguir de forma gráfica el procedimiento de unión seguido, mostrando que grupos se van uniendo, en qué nivel concreto lo hacen, así como el valor de la medida de asociación entre los grupos cuando estos se agrupan. (Zamora & Fàvila, 2019)

Como ya se mencionó existen diferentes métodos jerárquicos aglomerativos, cabe señalar que la selección del método a usar depende gran medida del problema planteado, por lo cual es conveniente realizar algunos procedimientos de contraste de los resultados para verificar los resultados obtenidos. En este caso se comprueba la selección del método de distancia mínima o similitud máxima mediante un análisis de medias cuadráticas por medio de la prueba de Análisis de la Varianza (Anova) 2 y confirmando el número de clústeres a través de la prueba F de Fisher y el nivel de significancia. El método de

distancia mínima o similitud máxima que como su nombre lo indica se basa en la similitud a través de la mínima distancia entre sus componentes. Así, si tras efectuar la etapa K-ésima, tenemos ya formados  $n - K$  clústeres, la distancia entre los clústeres  $C_i$  (con  $n_i$  elementos) y  $C_j$  (con  $n_j$  elementos) representando las variables a analizar con una  $x$  (1...m), siendo el modelo como se muestra continuación:

$$d(c_i, c_j) = \min_{\substack{x_l \in C_i \\ x_m \in C_j}} \{d(x_l, x_m)\} \quad l = 1, \dots, n_i; \quad m = 1, \dots, n_j$$

Mientras que la similitud entre dos clústeres sería:

$$s(c_i, c_j) = \max_{\substack{x_l \in C_i \\ x_m \in C_j}} \{s(x_l, x_m)\} \quad l = 1, \dots, n_i; \quad m = 1, \dots, n_j$$

Por lo que, en el siguiente nivel, el paso siguiente en el nivel  $K+1$  en el caso de emplear las distancias:

$$d(c_i, c_j) = \min_{i_1, j_1=1, \dots, n-k} \{d(c_{i_1}, c_{j_1})\} = \min_{\substack{x_l \in C_i \\ x_m \in C_j}} \{d(x_l, x_m)\} \quad l=1, \dots, n_i; \quad m=1, \dots, n_j$$

Mientras que en caso de emplear similitudes, se unirán los clústeres  $C_i$   $C_j$  si:

$$s(c_i, c_j) = \min_{i_1, j_1=1, \dots, n-k} \{s(c_{i_1}, c_{j_1})\} = \max_{\substack{x_l \in C_i \\ x_m \in C_j}} \{s(x_l, x_m)\} \quad l = 1, \dots, n_{i_1}; \quad m = 1, \dots, n_{j_1}$$

## 7.2. Análisis de k-medias

Una vez realizado el análisis de clúster jerárquico se procedió a llevar a cabo el análisis de K-Medias.

El algoritmo de las K-medias (presentado por MacQueen en 1967) es uno de los algoritmos de aprendizaje no supervisado más simples para resolver el problema de la clusterización. El procedimiento aproxima por etapas sucesivas un cierto número

(prefijado) de clústeres haciendo uso de los centroides de los puntos que deben representar.

El algoritmo se compone de los siguientes pasos:

Sitúa K puntos en el espacio en el que "viven" los objetos que se quieren clasificar. Estos puntos representan los centroides iniciales de los grupos.

Asigna cada objeto al grupo que tiene el centroide más cercano.

Tras haber asignado todos los objetos, recalcula las posiciones de los K centroides.

Repite los pasos 2 y 3 hasta que los centroides se mantengan estables. Esto produce una clasificación de los objetos en grupos que permite dar una métrica entre ellos.

El análisis clúster de K-medias es una herramienta diseñada para asignar casos a un número fijo de grupos (clúster o conglomerados) cuyas características no se conocen aún pero que se basan en un conjunto de variables especificadas. Es muy útil cuando queremos clasificar un gran número (miles) de casos.

Un buen análisis clúster es:

- Eficiente. Utiliza tan pocos conglomerados como sea posible.
- Efectivo Captura todos conglomerados estadística y comercialmente importantes. Por ejemplo, un conglomerado con cinco clientes puede ser estadísticamente diferente pero no muy beneficioso.

El procedimiento del análisis clúster de K-medias empieza con la construcción unos centros de conglomerados iniciales. Podemos asignar estos nosotros mismos o tener un procedimiento de selección de k observaciones bien situadas para los centros de conglomerados.

Después de la obtención de los centros de los conglomerados, el procedimiento:

- Asigna casos a los conglomerados basándose en la distancia de los centros de los conglomerados.

- Actualizar las posiciones de los centros de los conglomerados basándose en los valores medios de los casos en cada conglomerado.

Estos pasos se repiten hasta que cualquier reasignamiento de los casos haga que los conglomerados sean internamente más variables o externamente similares.

### **7.3. Universo de estudio**

La presente investigación, toma como punto de partida la Ruta turística Don Vasco, la cual, desde sus inicios se ha establecido como un producto turístico cultural. Dicho programa está dividido en dos etapas. La primera etapa la comprenden ocho municipios (Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Quiroga, Salvador Escalante, Uruapan, Los reyes, Paracho y Erongaricuaró). La segunda etapa, está integrada por 11 municipios: Tangamandapio, Zamora, Tangancícuaro, Chilchota, Charapan Cherán, Nahuatzen, Tingambato, Ziracuaretiro, nuevo Parangaricutiro y Huiramba.

### **7.4. Muestra de estudio**

La investigación comprende el estudio de la competitividad del programa de la Ruta Turística Don Vasco, centrandó atención particular en la segunda etapa, la cual comprende 11 municipios: Tangamandapio, Zamora, Tangancícuaro, Chilchota, Charapan Cherán, Nahuatzen, Tingambato, Ziracuaretiro, nuevo Parangaricutiro y Huiramba.

### **7.5. Dimensión de variables**

A continuación se presenta la dimensión de las variables que se usaran para el procesamiento de los datos.

Tabla 4 Dimensión de las variables

Variables	Indicadores
1. Programas de política pública enfocados al turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Módulos de auxilio turístico.</li> <li>• Página oficial de municipios.</li> <li>• Información turística disponible.</li> <li>• Programas turísticos.</li> </ul>
2. Servicios de atracción turística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parques acuáticos y balnearios.</li> <li>• Centros de convenciones.</li> <li>• Otros servicios recreativos prestados por el sector privado.</li> </ul>
3. Servicios recreativos complementarios al turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiendas de artesanías.</li> <li>• Establecimientos que prestan servicios turísticos.</li> <li>• Establecimientos de preparación de alimentos y bebidas.</li> </ul>
4. Servicios de transporte.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte al servicio del turismo.</li> </ul>
5. Capacitación turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centros de enseñanza turística.</li> <li>• Atención turística</li> </ul>
6. Infraestructura e inversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de hospedaje total.</li> <li>• Cuartos y unidades de hospedaje total</li> </ul>
7. Calidad en infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimientos de hospedaje categoría 5 y 4 estrellas.</li> <li>• Establecimientos de hospedaje categoría 3 o menos.</li> <li>• Cuartos y unidades de hospedaje categoría 5 y 4.</li> <li>• Cuartos y unidades de hospedaje categoría 3 o menos.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia con base bibliografía consultada.

# Capítulo VIII

## Resultados

Es esta etapa de la investigación se muestran los resultados derivados de la propuesta metodológica. Es necesario señalar que se precisa información del análisis de clúster jerárquico de cada una de las variables propuestas, a continuación se presenta dicho análisis. El análisis de conglomerados se basa en los datos del año 2017 en un primer momento.

### 8.1. Análisis de resultados año 2015

#### 8.1.1. Programas de política pública enfocados al turismo

Esta variable se refiere a todas aquellas acciones enfocadas a promover y difundir los recursos con los que cuenta una determinada zona, con la finalidad de incentivar la actividad turística. Estos programas por lo general se manifiestan en eventos organizados para promover la actividad turística en los lugares que presentan atractivos turísticos y cuya finalidad es estimular un turismo altamente competitivo. Estas actividades están coordinadas por las dependencias del sector turismo en conjunto con la iniciativa privada por lo general. En este aspecto la acción de las autoridades es muy activa ya que tiene la finalidad de brindar seguridad y proporcionar información a los agentes que intervienen en este sistema turístico, a través de módulos de información y orientación al turista.

Se tiene el análisis K- de medias para la variable señalada con anterioridad, y a continuación se señalan los resultados obtenidos.

Tabla 5 Clúster de pertenencia de la variable programas de política pública enfocados al turismo

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	2	.333
2	Cheran	2	.667
3	Chilchota	3	.351
4	Cuitzeo	3	.351
5	Erongaricuario	5	.000
6	Los reyes	2	.333
7	Morelia	4	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	.825
9	Paracho	3	.676
10	Pátzcuaro	1	.938
11	Quiroga	3	.351
12	Salvador Escalante	1	.938
13	Tangamandapio	3	.351
14	Tangancicuario	1	.693
15	Tingambato	3	.351
16	Tzintzuntzan	3	.676
17	Uruapan	1	.825
18	Zamora	3	1.111
19	Ziracuaretiro	3	.351
20		.	.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

De acuerdo a la información expuesta en la tabla es evidente apreciar que el el clúster más numeroso es el número 3, integrado por Chilchoat, Cuitzeo, Paracho, Quiroga, Tangamandapio, Tingambato, Tzintzuntzan, Zamora, y Ziracuaretiro. Es necesario señalar que estos municipios cuentan con mayor difusión y promoción turística debido a la cantidad de festivales y celebraciones realizadas en cada uno de los municipios.

Cabe mencionar que Morelia es el municipio que presenta mayor distancia con respecto a los otros municipios, por lo tanto está lejos de reunir características comunes.

Tabla 6 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable programas de política pública enfocados al turismo

Clúster	1	2	3	4	5
1		2.731	1.431	4.252	2.163
2	2.731		1.567	6.307	2.728
3	1.431	1.567		5.100	1.670
4	4.252	6.307	5.100		4.123
5	2.163	2.728	1.670	4.123	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Tabla 7 ANOVA de la variable programas de política pública enfocados al turismo

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 12. Módulos de auxilio turístico	.899	4	.149	14	6.024	.005
Indicador 17. Página oficial turística	.632	4	.000	14	.	.
Indicador 18. Información turística disponible en página oficial	4.805	4	.086	14	56.061	.000
Indicador 19. Programas turísticos	4.218	4	.276	14	15.270	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.  
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a la información contenida en la tabla sobre las distancias de centros de clústeres finales, el clúster número 1, respecto del clúster 5, la distancia es mayor, lo que indica que no existen rasgos comunes entre sí. En contraste, el clúster 4 es más próximo en distancia, por lo tanto lo también comparte características similares respecto del clúster 1.

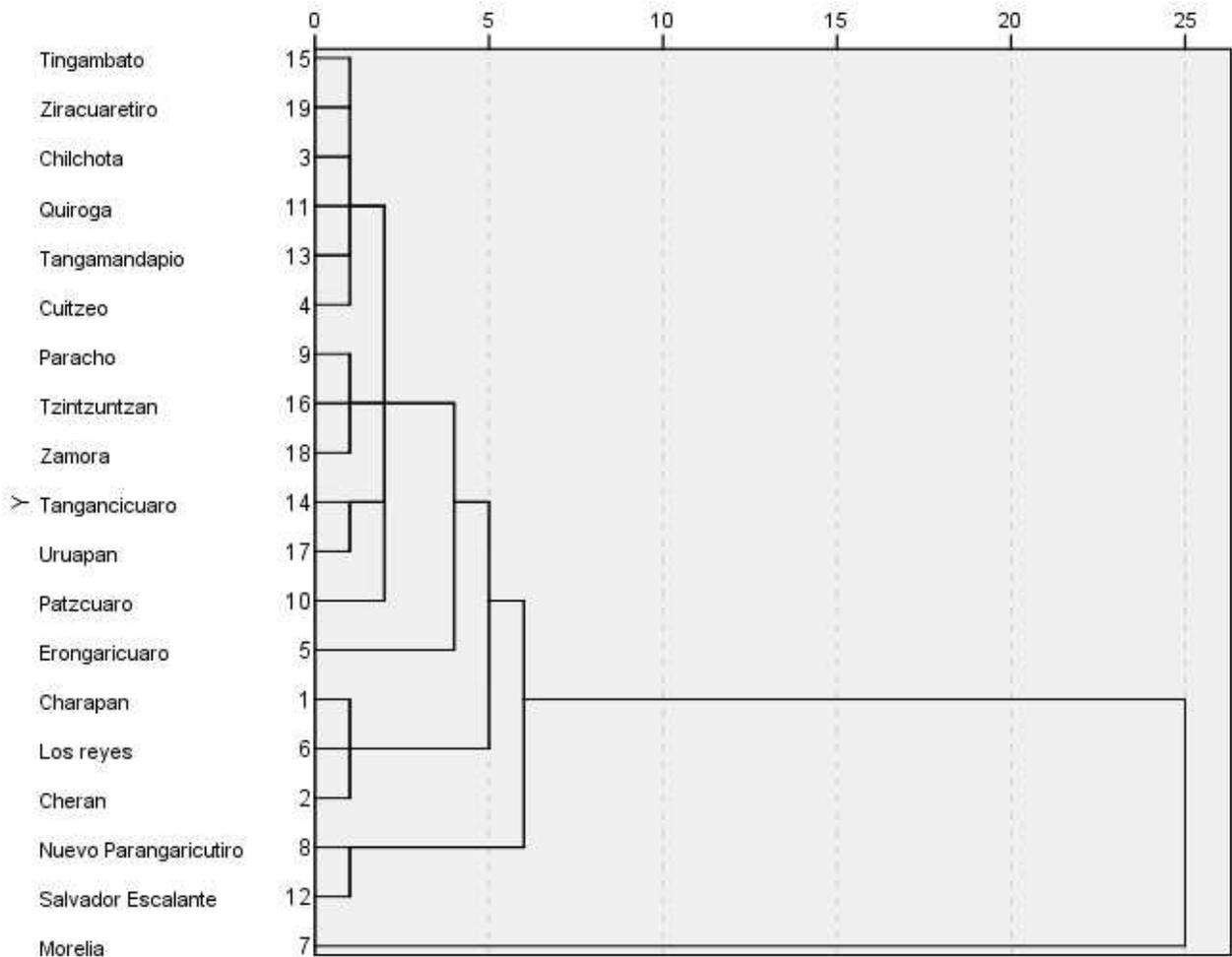
En relación al clúster 2, presenta alejamiento con el clúster 5, en consecuencia las características están muy lejos de ser comunes, con respecto del clúster 1, la distancia tiende a ser más corta, por lo que hay posibilidades de presentar semejanza.

El clúster 3, por su parte, comparte características semejantes con el clúster 5, ya que la distancia entre si es mínima. En oposición, se encuentra el clúster 2, ya que presenta una distancia mayor, lo que hace que las características sean muy diferentes.

Por lo que ve al clúster 4, tiene rasgos similares con el clúster 5, al tener una distancia mínima. No obstante el clúster 2, está lejos de coincidir con rasgos comunes, debido a que tiene una distancia mayor.

En relación al clúster 5, posee características similares con respecto al clúster 3, al presentar una distancia pequeña.

Grafico 1 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como se puede apreciar de acuerdo a los resultados obtenidos en el dendrograma, se puede afirmar que el clúster número 5 es el clúster con mayor número de municipios que lo integran Charapan, Cherán, Cuitzeo, Erongaricuario, Nuevo Parangaricutiro Paracho, Salvador Escalante Tangamandapio, Tangamandapio, Tzintzuntzan y Zamora.

A continuación se analizara el cluster que se forma a partir del procesamiento de la informacion en SPS, en donde nos muestra el comportamiento de los municipios que conforman la Ruta Turistica Don Vasco.

Tabla 8 Clúster respecto a la variable de Programas de política pública enfocados al turismo

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Erongaricuario	Paracho	Cuitzeo	Los Reyes
		Pátzcuaro	Nuevo Parangaricutiro	Charapan
		Salvador Escalante	Quiroga	Cheran
		Tzintzuntzan	Tangamandapio	
		Zamora	Tangancicuario	
			Tingambato	
			Uruapan	
			Ziracuaretiro	

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Con base en los resultados obtenidos en la tabla anterior se puede concluir que el grupo de los débiles encabezan la lista con un mayor número de municipio, de acuerdo al análisis, representan deficiencia en el número de Parques acuáticos así como el indicador de otros servicios recreativos prestados por el sector privado.

#### 8.1.2. Servicios de atracción turística

Es uno de los elementos indispensables que integran el sistema turístico, y por lo que la actividad turística es posible. Los servicios de atracción turística son aquellos atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental, que definen la identidad de la población. También se consideran recursos turísticos a aquellos que por su importancia o singularidad captan el interés de los turistas y los que dan soporte para el desarrollo de la actividad turística. un atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia

habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

Tabla 9 Clúster de pertenencia de la variable servicios de atracción turística

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	5	.172
2	Cherán	5	.172
3	Chilchota	3	.667
4	Cuitzeo	5	.172
5	Erongaricuario	5	.172
6	Los reyes	5	.172
7	Morelia	2	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	5	.172
9	Paracho	5	.172
10	Pátzcuaro	4	.000
11	Quiroga	5	.936
12	Salvador Escalante	5	.172
13	Tangamandapio	5	.172
14	Tangancicuaro	3	.333
15	Tingambato	5	.850
16	Tzintzuntzan	5	.172
17	Uruapan	1	.000
18	Zamora	5	.850
19	Ziracuaretiro	3	.333
20		.	.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla, el clúster más numeroso es el 5, integrado por Charapan, Cherán, Cuitzeo, Erongaricuario, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tingambato, Tzintzuntzan y Zamora. Cabe mencionar que Quiroga es el municipio que presenta mayor distancia con respecto a los otros municipios, por lo tanto está lejos de reunir características comunes.

Tabla 10 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios de atracción turística

Clúster	1	2	3	4	5
1		5.099	5.110	3.606	5.747
2	5.099		7.839	5.745	7.949
3	5.110	7.839		4.137	2.594
4	3.606	5.745	4.137		3.018
5	5.747	7.949	2.594	3.018	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a la información contenida en la tabla sobre las distancias de centros de clústeres finales, el clúster número 1, respecto del clúster 5, la distancia es mayor, lo que indica que no existen rasgos comunes entre sí. En contraste, el clúster 4 es más próximo en distancia, por lo tanto lo también comparte características similares respecto del clúster 1.

En relación al clúster 2, presenta alejamiento con el clúster 5, en consecuencia las características están muy lejos de ser comunes, con respecto del clúster 1, la distancia tiende a ser más corta, por lo que hay posibilidades de presentar semejanza.

El clúster 3, por su parte, comparte características semejantes con el clúster 5, ya que la distancia entre si es mínima. En oposición, se encuentra el clúster 2, ya que presenta una distancia mayor, lo que hace que las características sean muy diferentes.

Por lo que ve al clúster 4, tiene rasgos similares con el clúster 5, al tener una distancia mínima. No obstante el clúster 2, está lejos de coincidir con rasgos comunes, debido a que tiene una distancia mayor.

En relación al clúster 5, posee características similares con respecto al clúster 3, al presentar una distancia pequeña.

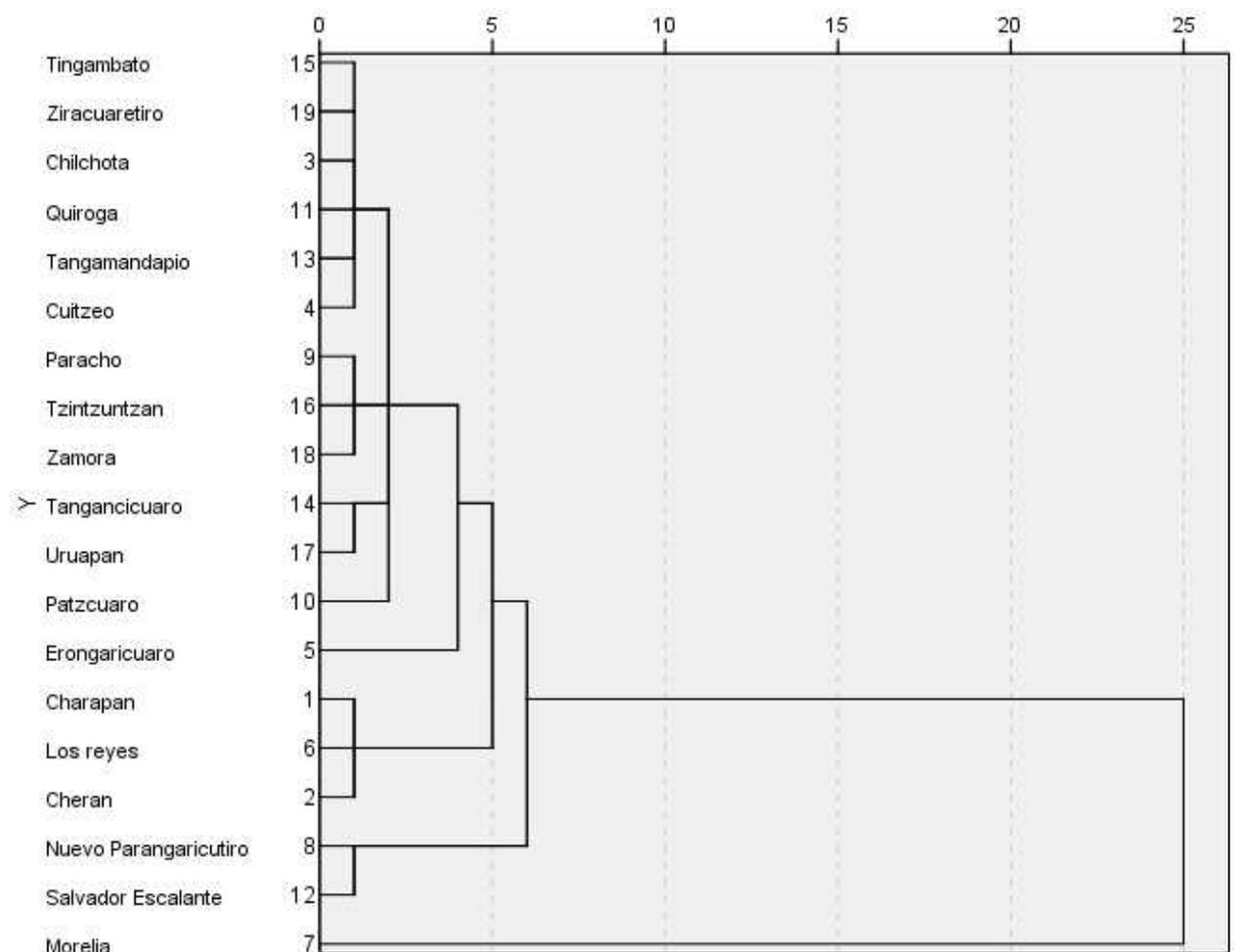
Tabla 11 ANOVA de la variable servicios de atracción turística

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 8. Parques acuáticos y balnearios	6.024	4	.114	14	53.047	.000
Indicador. 10 Centros de convenciones	8.658	4	.000	14	.	.
Indicador 14. Otros servicios recreativos prestados por el sector privado	11.866	4	.121	14	98.167	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede observar los resultados obtenidos del ANOVA, se puede concluir que el indicador parques acuáticos cuyo valor de F es de 53.047, con un nivel de significancia de 0.000 resulta ser significativo en relación a la variable. Mientras que el indicador de centros de convenciones, no es significativo. El indicador otros servicios recreativos prestado por el sector privado en donde el valor de F es de 98.167, con una significancia de 0.000, por lo tanto resultan ser significativos con respecto de la variable de servicio de atracción turística.

Grafico 2 Dendograma municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como se puede apreciar de acuerdo a los resultados obtenidos en el dendrograma, se puede afirmar que el clúster número 5 es el clúster con mayor número de municipios que lo integran Charapan, Cherán, Cuitzeo, Erongaricuario, Nuevo Parangaricutiro Paracho, Salvador Escalante Tangamandapio, Tangamandapio, Tzintzuntzan y Zamora.

**Tabla 12** Clúster respecto a la variable de Servicios de atracción turística

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Uruapan	Pátzcuaro	Chilchota	Charapan
			Los Reyes	Cherán
			Quiroga	Cuitzeo
			Tangancicuaro	Erongaricuaro
			Ziracuaretiro	Nuevo Parangaricutiro
			Tingambato	Paracho
				Salvador Escalante
				Tangamandapio
				Tzintzuntzan
				Zamora
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.				

Con base en los resultados obtenidos en la tabla anterior se puede concluir que el grupo de los débiles encabezan la lista con un mayor número de municipio, de acuerdo al análisis, representan deficiencia en el número de Parques acuáticos así como el indicador de otros servicios recreativos prestados por el sector privado.

### 8.1.3. Servicios recreativos complementarios al turismo

De acuerdo a la OMT los servicios complementarios son aquellos que como su nombre lo indica, complementan las necesidades del turista en cualquier área o zona turística.

Tabla 13 Clúster de pertenencia de la variable servicios recreativos complementarios al turismo

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	23.010
2	Cheran	1	6.560
3	Chilchota	1	8.838
4	Cuitzeo	1	11.626
5	Erongaricuaro	1	20.187
6	Los reyes	1	8.853
7	Morelia	5	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	18.438
9	Paracho	1	14.268
10	Pátzcuaro	2	.000
11	Quiroga	4	.000
12	Salvador Escalante	1	39.489
13	Tangamandapio	1	16.614
14	Tangancicuaro	1	15.224
15	Tingambato	1	22.230
16	Tzintzuntzan	1	39.446
17	Uruapan	3	.000
18	Zamora	1	44.877
19	Ziracuaretiro	1	20.734
20	.	.	.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla, es evidente que el clúster 1, es el más numeroso, pues lo constituyen 16 municipios. Es necesario resaltar que Zamora es el municipio que más lejano se encuentra con respecto del clúster 1, por lo tanto, no comparte características similares. El municipio de Cherán, se encuentra más próximo en cuanto a su distancia, respecto de los demás municipios y por consiguiente reúne una serie de características comunes. Los municipios de Pátzcuaro, Uruapan, Quiroga y Morelia, cuyos clústeres son 3,4, y 5 respectivamente, están muy alejados de compartir características comunes.

Tabla 14 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios recreativos complementarios al turismo

Clúster	1	2	3	4	5
1		211.571	169.383	310.234	482.511
2	211.571		87.304	102.127	304.440
3	169.383	87.304		181.962	323.422
4	310.234	102.127	181.962		266.071
5	482.511	304.440	323.422	266.071	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en los resultados obtenidos en la tabla anterior, se puede observar que el clúster 1 presenta distancias bastante considerables entre clústeres, pero se hace más evidente en el caso de clúster 5, por lo tanto, no posee características comunes.

El clúster 2, presenta una distancia con respecto del clúster 5, en consecuencia, los rasgos presentes no coinciden entre sí.

El clúster 3, comparte rasgos comunes con respecto del clúster 2, por lo que las distancias entre si es mínima.

El clúster 4 se caracteriza por tener distancias muy grandes, sin embargo la que más próxima se encuentra es que comparte con el clúster 2, y por ende comparte características parecidas.

Tabla 15 ANOVA de la variable servicios recreativos complementarios al turismo

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 13. Tiendas de artesanías	18266.251	4	235.552	14	77.546	.000
Indicador 15. Otros establecimientos que prestan servicios turísticos	63164.725	4	360.981	14	174.981	.000
Indicador 16. Establecimientos preparación de alimentos y bebidas	2213.267	4	1.781	14	1242.743	.000

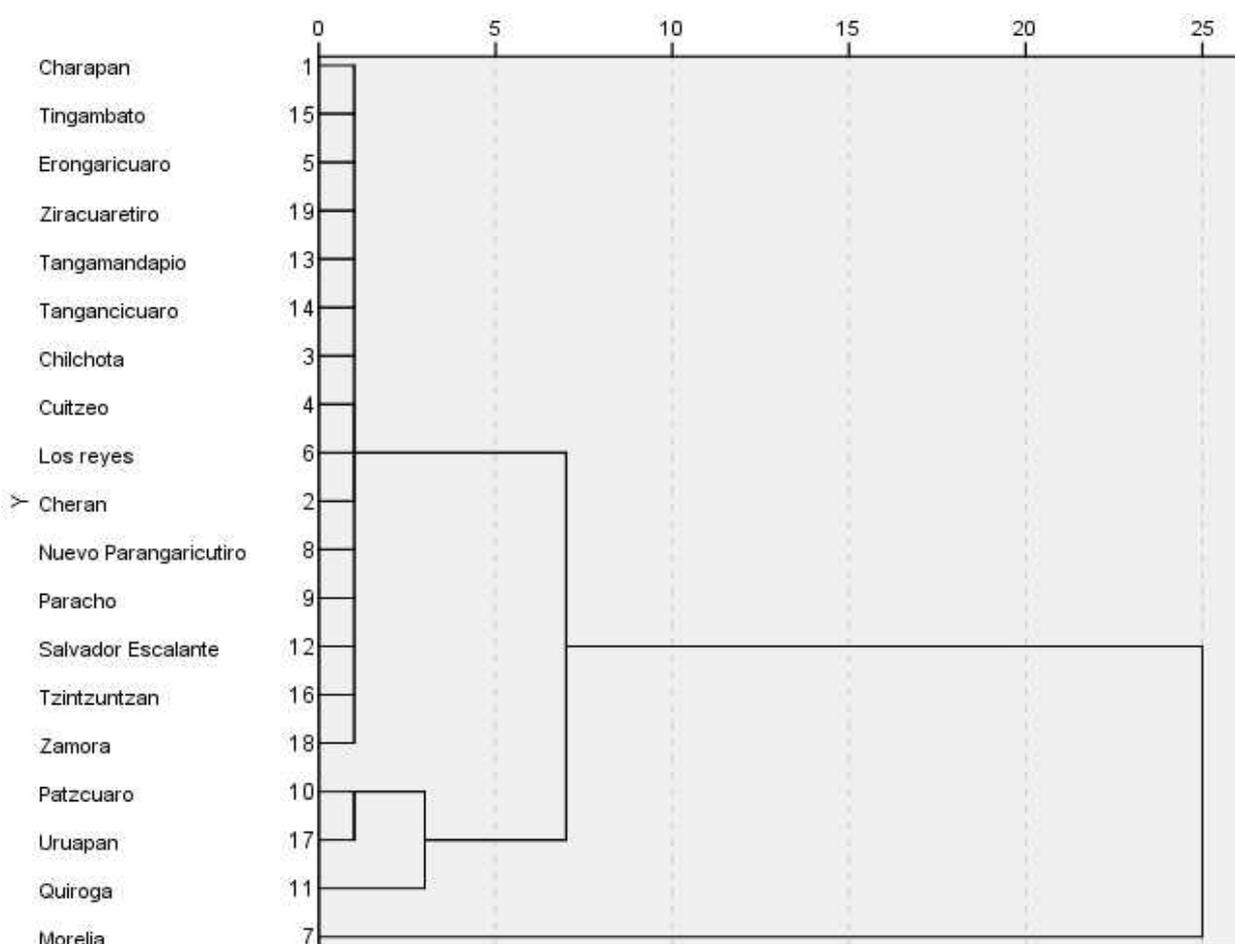
Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla anterior, se puede concluir que el indicador de tiendas de artesanías cuyo valor de F es de 77.546, con un nivel de significancia de 0.000, por lo tanto es significativo.

Por lo que ve al indicador de otros establecimientos que prestan servicios turísticos cuando el valor de F es de 174.981, con un nivel de significancia de 0.000, por lo cual resulta ser significativos con respecto a la variable de servicios recreativos complementarios al turismo. Por lo que ve al indicador de establecimientos preparación de alimentos y bebidas, con un valor de F de 1242.743, resulta ser significativo.

*Grafico 3 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco*



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Con base en los resultados obtenidos a partir del dendrograma se puede concluir que el clúster 1 es homogéneo en tanto se conglomeran: Charapan, Tingambato, Ziracuaretiro, Erongaricuario, Tangamandapio y Tangancicuaro.

El clúster 2 está constituido por Los Reyes, Cherán, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Salvador Escalante, Tzintzuntzan, y Zamora.

**Tabla 16** Clúster respecto a la variable de Servicios recreativos complementarios al turismo

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Quiroga	Tzintzuntzan	Cherán	Charapan
	Pátzcuaro	Salvador Escalante	Chilchota	Tingambato
	Uruapan	Zamora	Cuitzeo	Ziracuaretiro
			Los Reyes	Erongaricuario
			Nuevo Parangaricutiro	Tangamandapio
			Paracho	Tangancicuaro

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster de K-Medias.

Como lo muestra la tabla anterior se puede aseverar que el grupo de los municipios débiles está constituido por seis municipios: Charapan, Tingambato, Ziracuaretiro, Erongaricuario, Tangamandapio, Tangancicuaro.

Mientras que el grupo de los municipios modestos lo conforman Cherán, Chilchota, Cuitzeo, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro y Paracho.

Es necesario resaltar que el grupo de los fuertes está conformado por tres municipios como; Quiroga, Pátzcuaro y Uruapan.

#### 8.1.4. Transporte al servicio del turismo

La transportación turística, a diferencia de otros servicios turísticos, es el elemento o recurso que forma la base de distribución geográfica que obedece a los movimientos turísticos, llámense éstos, turismo receptivo, emisivo o interno.

Los medios de transporte permiten al turista desplazarse desde su lugar de origen al lugar de destino, cuya finalidad es disfrutar del atractivo que motivó el viaje. Estos medios de transportación permiten el acceso al punto de destino, y pueden ser acuáticos, terrestres, aéreos o espaciales.

Tabla 17 Clúster de pertenencia de la variable servicios de transporte

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	.000
2	Cheran	1	.000
3	Chilchota	1	.000
4	Cuitzeo	1	.000
5	Erongaricuario	1	.000
6	Los reyes	1	.000
7	Morelia	2	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	.000
9	Paracho	1	.000
10	Pátzcuaro	3	.500
11	Quiroga	1	.000
12	Salvador Escalante	4	.500
13	Tangamandapio	1	.000
14	Tangancicuaro	5	.000
15	Tingambato	1	.000
16	Tzintzuntzan	5	.000
17	Uruapan	3	.500
18	Zamora	4	.500
19	Ziracuaretiro	1	.000
20		.	.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a la información presentada en la tabla se puede apreciar que el clúster 1, presenta una homogeneidad entre municipios Charapan, Cherán, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Los reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Tangamandapio y Ziracuaretiro, por lo que se concluye que tienen características semejantes entre sí.

El clúster 5, es el que presenta una distancia mayor con respecto de los demás clústeres.

Tabla 18 distancias entre centros de clústeres finales

Clúster	1	2	3	4	5
1		14.000	6.500	3.500	1.000
2	14.000		7.500	10.500	13.000
3	6.500	7.500		3.000	5.500
4	3.500	10.500	3.000		2.500
5	1.000	13.000	5.500	2.500	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias

Como se puede apreciar en la tabla de las distancias entre centros de clústeres, se puede aseverar que el clúster 1, presenta una distancia mayor con respecto del clúster 2, e donde las diferencias entre grupos se acentúan.

El clúster 2, es más distante del clúster 1, por lo cual rompe con la paridad de características entre sí.

Con respecto al clúster 3, la distancia es más evidente con el clúster 2, en consecuencia, no hay similitud de características entre cada grupo. En contraste, el clúster 3 es más próximo en distancia y en similitud.

El clúster 4, comparte rasgos similares en relación al clúster 5, y que la distancia es más próxima, por el contrario, el clúster 2 es más distante en distancia y en características.

Por lo que concierne al clúster 5 se encuentra a una distancia mayor con respecto del clúster 2.

Tabla 19 ANOVA de la variable transporte al servicio del turismo

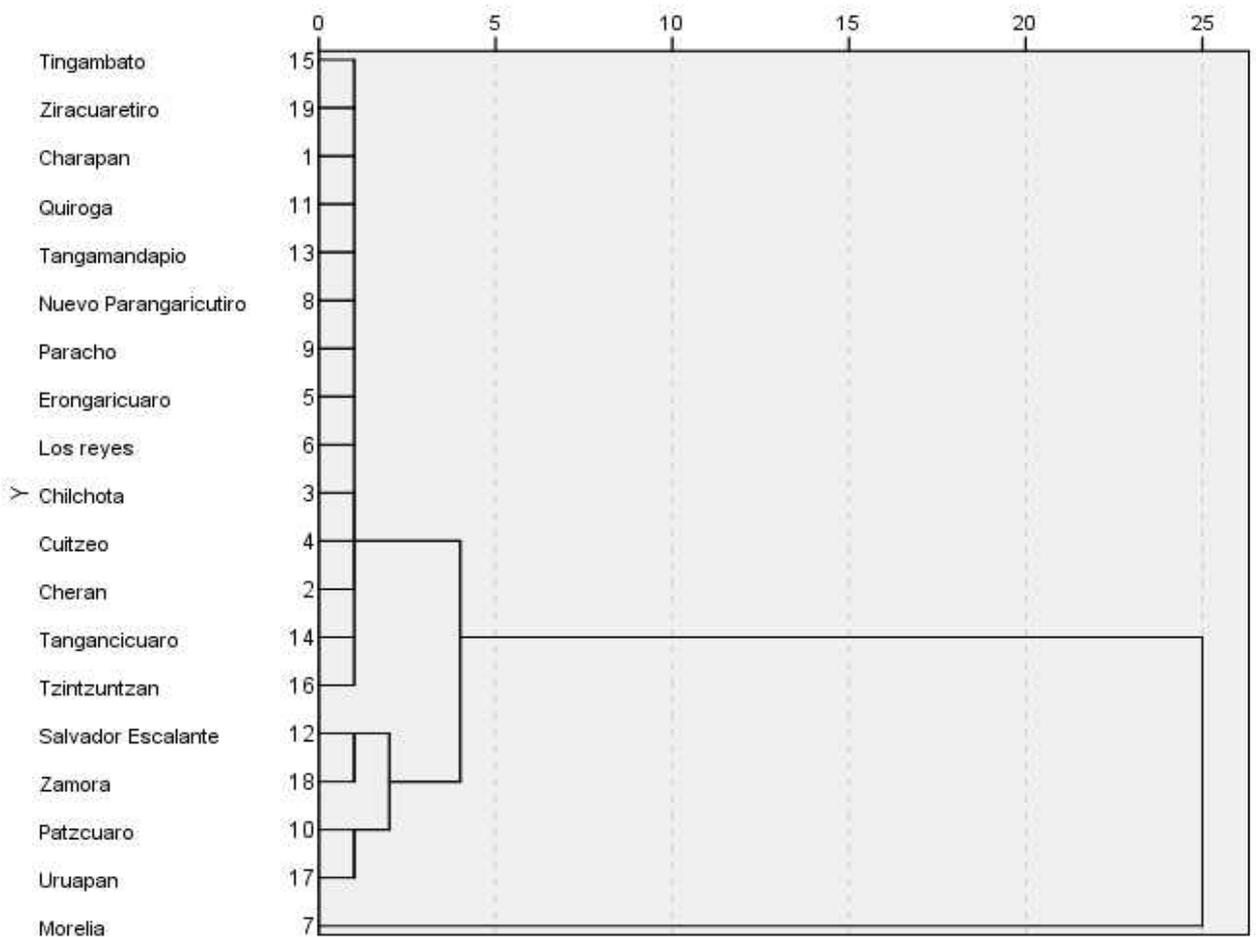
	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 9. Transporte al servicio del turismo	59.697	4	.071	14	835.763	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias

Con base en los resultados obtenidos en la tabla anterior, se puede concluir que el indicador de transporte al servicio del turismo es significativo, con un nivel de significancia de 0.000, con un valor de F de 835.763.

Grafico 4 Dendograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Con base en los resultados obtenidos de dendograma, se puede concluir, el clúster más numeroso es el clúster 1, constituido por una gran cantidad de municipios como: Charapan, Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Los reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Tangamandapio y Tangamandapio.

**Tabla 20** clúster respecto a la variable de Servicios de transporte

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Pátzcuaro	Salvador Escalante	Tangancicuaro	Charapan
	Zamora		Tzintzuntzan	Cherán
	Uruapan		Ziracuaretiro	Chilchota
			Quiroga	Cuitzeo
				Erongaricuaro
				Los Reyes
				Nuevo Parangaricutiro
				Paracho
				Tangamandapio
				Tingambato
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.				

Con base en la información contenida en la tabla anterior se puede concluir que el grupo más numeroso es el de los débiles el cual está constituido por Charapan, Cherán, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuaro, Los Reyes. Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Tangamandapio y Tingambato. El grupo de los municipios etiquetados como modestos, lo integran cuatro: Tangancicuaro, Tzintzuntzan, Ziracuaretiro y Quiroga.

#### 8.1.5. Capacitación turística

La capacitación permanente permite incrementar la calidad y la satisfacción del cliente, lo cual impacta en el número de visitantes a los diversos destinos turísticos de México. Permiten. La *capacitación* como estrategia de desarrollo *turístico*, ya que se promueve la competitividad de las empresas turísticas, con Sistemas de Calidad.

Tabla 21 clúster de pertenencia de la variable capacitación turística

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	.500
2	Cheran	1	.500
3	Chilchota	1	.500
4	Cuitzeo	1	1.500
5	Erongaricuario	1	.500
6	Los reyes	5	1.118
7	Morelia	3	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	.500
9	Paracho	1	.500
10	Pátzcuaro	5	1.118
11	Quiroga	1	1.500
12	Salvador Escalante	1	.500
13	Tangamandapio	1	.500
14	Tangancicuaro	1	1.500
15	Tingambato	1	.500
16	Tzintzuntzan	1	.500
17	Uruapan	4	.000
18	Zamora	2	.000
19	Ziracuaretiro	1	.500
20		.	.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias

En la siguiente tabla se puede apreciar la formación de conglomerados del clúster 1 el cual lo constituyen Charapan, Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Nuevo Parangaricutiro, Paracho. En este mismo sentido se puede apreciar que los municipios de Cuitzeo, Quiroga y Tangancicuaro, poseen una distancia mayor y por consiguiente las características son distantes con respecto del clúster 1. Por otro lado, en el caso de los municipios de Zamora, Morelia, Uruapan, cuyas distancias son muy parecidas entre sí, pero no comparten características con el resto de los municipios.

Tabla 22 distancias entre centros de clústeres finales de la variable capacitación turística

Clúster	1	2	3	4	5
1		18.527	266.109	49.661	5.099
2	18.527		247.584	31.145	13.500
3	266.109	247.584		216.453	261.054
4	49.661	31.145	216.453		44.601
5	5.099	13.500	261.054	44.601	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias

Con base en los resultados obtenidos sobre la distancia entre centros de clústeres finales como los muestra la tabla anterior, se puede concluir que en caso del clúster 1, posee una distancia bastante considerable con respecto del clúster 3, por lo tanto no pueden existir características comunes entre sí.

El clúster número 2, es más próximo en características con respecto del clúster 4.

Por lo que respecta al clúster 3, presenta grandes distancias entre clústeres, por lo que no presenta rasgos comunes entre sí.

El clúster 5, es más cercano al clúster 1, por lo que comparte rasgos comunes entre clústeres.

Tabla 23 ANOVA de la variable capacitación turística

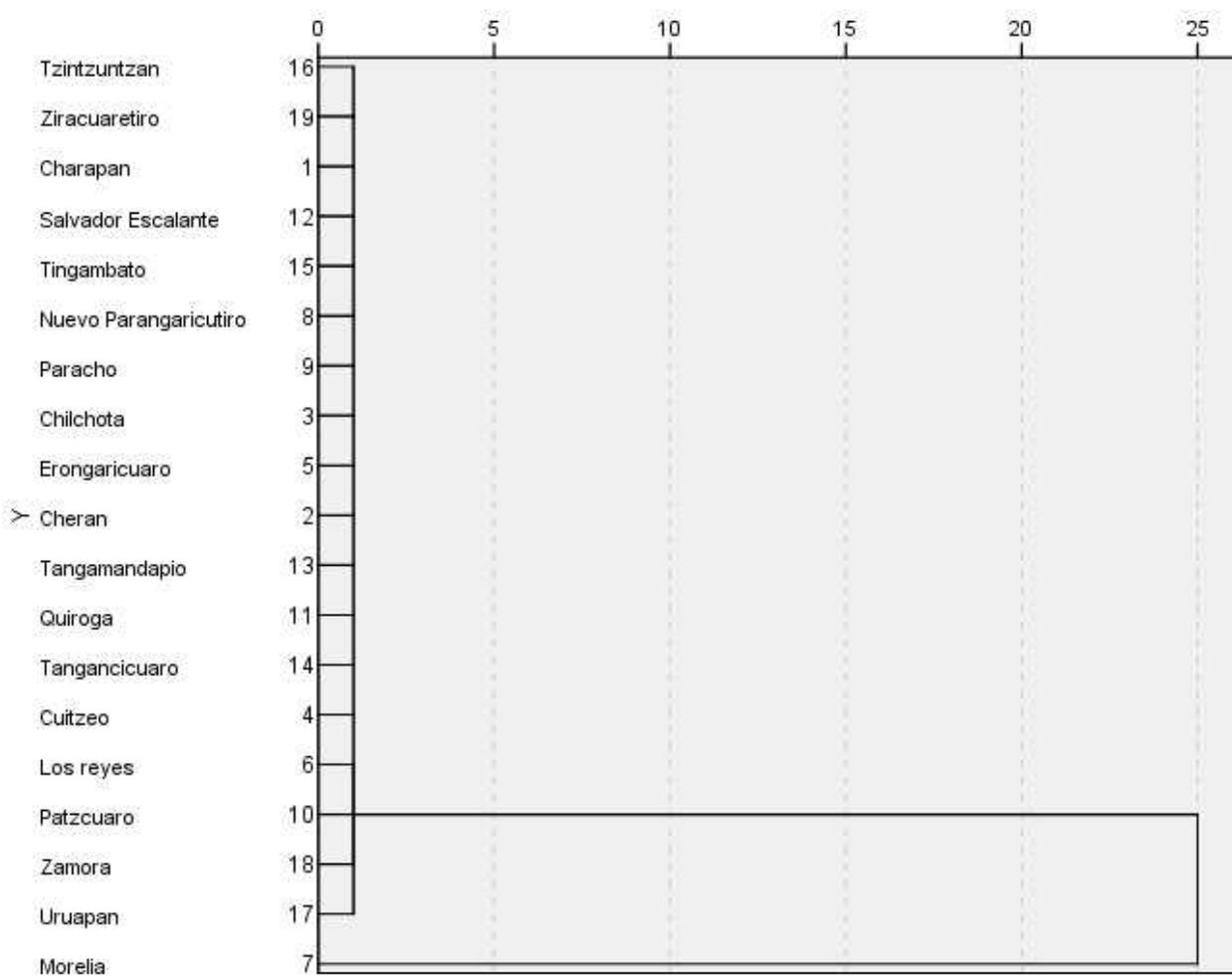
	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 7. Atención turística	16780.658	4	.714	14	23492.921	.000
Indicador 11. Centros de enseñanza turística	77.526	4	.143	14	542.684	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla anterior, se puede concluir que el indicador propuesto de atención turística, resulta ser significativo, cuyo valor de F es de 23492.921, con un nivel de significancia de 0.000.

Con relación al indicador de centros de enseñanza turística, con un valor de F de 542.68, con un nivel de significancia de 0.000, con respecto de la variable de capacitación turística es significativo.

Grafico 5 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como se puede apreciar en el dendrograma los municipios se presentan de manera uniforme en los clústeres que se forman los municipios, el más numeroso lo constituyen Quiroga, Charapan, Ziracuaretiro, Cheran, Cuitzeo, Chilchota, Los Reyes, Erongaricuaro, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tangancicuaro, Tingambato y Tzintzuntzan.

**Tabla 24** clúster respecto a la variable de capacitación turística

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Uruapan	Pátzcuaro	Quiroga	Charapan
	Zamora		Ziracuaretiro	Cheran
			Cuitzeo	Chilchota
			Los Reyes	Erongaricuario
				Nuevo Parangaricutiro
				Paracho
				Salvador Escalante
				Tangamandapio
				Tangancicuario
				Tingambato
				Tzintzuntzan

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

La información que se obtiene de la tabla anterior revela que el clúster 5 muestra once municipios, los cuales por la variable propuesta de capacitación turística, muestran que existe un bajo desempeño en este rubro, ya que tanto los módulos de auxilio turístico son insuficientes para lograr un óptimo desempeño.

Mientras que el clúster 4 lo componen Quiroga, Ziracuaretiro, Cuitzeo y Los Reyes.

### 8.1.6. Infraestructura e inversión

Es claro que el turismo es un detonador natural de infraestructura y genera una sinergia única entre la inversión pública y la inversión privada. Al invertir en infraestructura turística, el gobierno genera un círculo virtuoso en el que potencia la inversión privada y su rentabilidad económica y, a su vez, la inversión privada maximiza el beneficio social que busca la inversión pública.

Tabla 25 Clúster de pertenencia de la variable de infraestructura e inversión

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	90.894
2	Cheran	1	60.893
3	Chilchota	1	61.780
4	Cuitzeo	1	85.903
5	Erongaricuario	1	51.752
6	Los reyes	1	95.280
7	Morelia	4	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	288.688
9	Paracho	1	4.309
10	Pátzcuaro	2	.000
11	Quiroga	1	162.363
12	Salvador Escalante	1	93.759
13	Tangamandapio	1	56.835
14	Tangancicuaro	1	95.834
15	Tingambato	1	54.113
16	Tzintzuntzan	1	32.065
17	Uruapan	3	.000
18	Zamora	5	.000
19	Ziracuaretiro	1	54.910
20	.	.	.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en los resultados obtenidos en la tabla se puede observar que el clúster 1, lo integra un gran número de municipios: Charapan, Cherán, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tangancicuaro, Tingambato, Tzintzuntzan y Ziracuaretiro. Es necesario mencionar que el municipio, que comparte características similares con respecto de los demás municipios es Paracho. En contraste tenemos que el municipio

que se encuentran más alejados es Nuevo Parangaricutiro, con una distancia muy importante.

Tabla 26 distancias entre centros de clústeres finales de la variable de infraestructura e inversión

Clúster	1	2	3	4	5
1		1292.832	1725.896	4242.815	715.378
2	1292.832		434.333	2950.441	578.253
3	1725.896	434.333		2516.919	1010.572
4	4242.815	2950.441	2516.919		3527.475
5	715.378	578.253	1010.572	3527.475	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla anterior sobre los resultados obtenidos de las distancias entre centros de clústeres finales, se puede concluir que el clúster 1 posee, en general distancias muy grandes con respecto de los demás grupos de clústeres. Sin embargo el clúster que menos distancia tiene es con el clúster 5. Por lo tanto las características serán comunes entre sí.

Mientras tanto el clúster 2, presenta una distancia menor con respecto del clúster 3. En contraste, es con el clúster 4 con el por su lejanía, no se presentan características en común.

El clúster 3 presenta distancias son bastante evidentes entre sí, sin embargo el clúster 2, es más cercano y por lo tanto las rasgos son más similares entre clústeres.

Tabla 27 ANOVA de la variable infraestructura e inversión

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 1. Establecimiento de hospedaje total	4135.547	4	40.543	14	102.004	.000
Indicador 2. Cuartos y unidades de hospedaje total	4949521.372	4	12303.781	14	402.276	.000

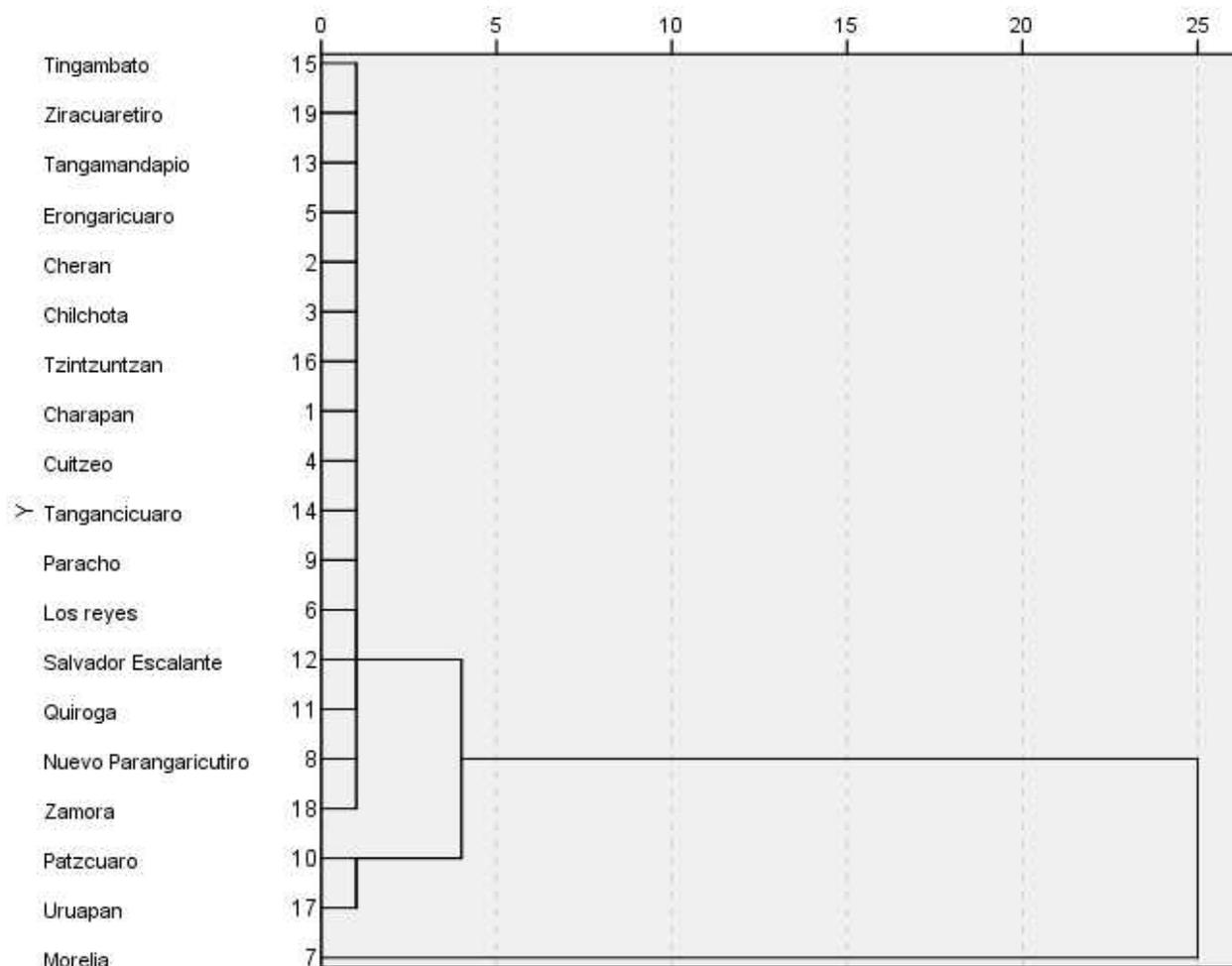
Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en los resultados obtenidos en la tabla anterior, se puede evidenciar que el indicador de establecimientos de hospedaje total, cuyo valor de F es de 102.004, con un nivel de significancia de 0.000, por lo que se puede concluir que es un valor significativo.

Por su parte el indicador de cuartos y unidades de hospedaje total, resulta ser significativo, con un nivel de significancia de 0.000, y con un valor de F de 402.276.

Grafico 6 Dendrograma de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

De acuerdo a los resultados obtenidos en el dendrograma, se puede deducir que la distribución de los municipios en clústeres se dio de manera muy uniforme en obtención de clústeres. El clúster 2 está constituido por cinco municipios: Nuevo Parangaricutiro, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante y Zamora.

**Tabla 28** Clúster respecto a la variable infraestructura e inversión

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Nuevo Parangaricutiro	Tzintzuntzan	Charapan	Tingambato
	Pátzcuaro	Tangamandapio	Cuitzeo	
	Quiroga	Tangancicuaro	Cheran	
	Salvador Escalante	Paracho	Chilchota	
	Zamora	Ziracuaretiro	Erongaricuaro	
	Los reyes			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base a la información expuesta en la tabla anterior, con respecto a la variable de infraestructura e inversión se obtiene el clúster 2 integrado por los municipios de Nuevo Parangaricutiro, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Los reyes y Zamora. Este grupo se caracteriza principalmente por la gran cantidad de infraestructura en establecimientos de hospedaje.

El clúster 3 lo conforman Tzintzuntzan, Tangamandapio, Tangancicuaro, Paracho Y Ziracuaretiro.

El clúster 4 lo integran Charapan, Cuitzeo, Cheran, Chilchota y Erongaricuaro, los cuales presentan una infraestructura deficiente, traducida a una cantidad mínima en hospedaje.

#### 8.1.7. Calidad en infraestructura

La infraestructura de un destino, el acceso al mismo, la conectividad de éste con otros, son componentes esenciales para el desarrollo del turismo, e inciden en una buena experiencia turística. El desarrollo del turismo depende en gran medida del desarrollo de una infraestructura apropiada, que atienda las necesidades del turista en todas sus fases.

Tabla 29 Clúster de pertenencia de la variable calidad en infraestructura

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	63.589
2	Cheran	1	63.416
3	Chilchota	1	34.812
4	Cuitzeo	1	58.633
5	Erongaricuario	1	25.091
6	Los reyes	1	112.987
7	Morelia	5	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	2	159.714
9	Paracho	1	32.770
10	Pátzcuaro	4	.000
11	Quiroga	1	145.836
12	Salvador Escalante	1	121.641
13	Tangamandapio	1	29.983
14	Tangancicuario	1	27.174
15	Tingambato	1	68.616
16	Tzintzuntzan	1	16.182
17	Uruapan	3	.000
18	Zamora	2	159.714
19	Ziracuaretiro	1	28.135
20	.	.	.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a la información contenida en la tabla, se puede apreciar que el clúster, 1 es uno de los clústeres más numerosos, con catorce municipios: Charapan, Cherán, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Los Reyes, Paracho, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tangancicuario, Tingambato, Tzintzuntzan Y Ziracuaretiro. Es necesario señalar que el municipio de Nuevo Parangaricutiro, es el que más distante se encuentra con respecto de los demás municipios, lo que conduce a que no haya rasgos comunes entre sí.

Tabla 30 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable calidad en infraestructura

Clúster	1	2	3	4	5
1		409.561	1320.883	971.501	3067.054
2	409.561		913.375	569.791	2746.932
3	1320.883	913.375		357.943	2057.566
4	971.501	569.791	357.943		2252.302
5	3067.054	2746.932	2057.566	2252.302	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en los resultados obtenidos en la tabla en el clúster número 1 las distancias son evidentemente muy importantes con respecto del clúster tomado como referencia, sin embargo, el que más próximo se encuentra es el clúster 2. En cambio el clúster 5 es más distante.

En el caso del clúster número 2 las distancias son muy abismales, el clúster cuya distancia es menor es el clúster 1.

Tabla 31 ANOVA de la variable calidad en infraestructura

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 3. Establecimientos de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas	776.328	4	.944	14	822.488	.000
Indicador 4. Establecimientos de hospedaje categoría 3 o menos	1534.380	4	21.531	14	71.265	.000
Indicador 5. Cuartos y unidades de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas	1544638.380	4	3145.388	14	491.080	.000
Indicador 6. cuartos y unidades de Hospedaje categoría 3 o menos	1096149.794	4	5522.495	14	198.488	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

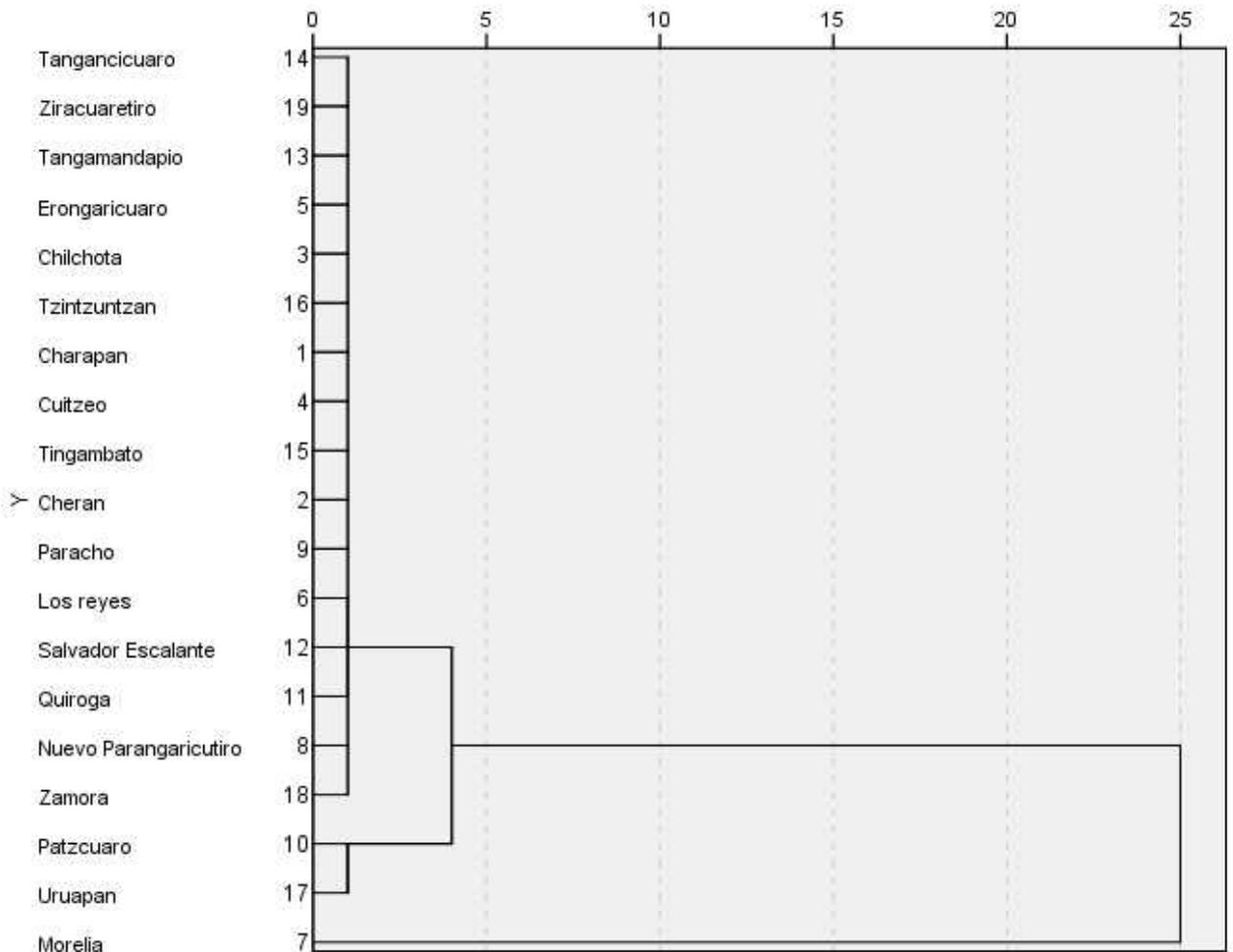
Con base en la información expuesta en recuadro anterior, se puede concluir que el indicador Establecimientos de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas, resulta significativo con respecto de la variable calidad en infraestructura, cuyo valor de F de 822.488, con un nivel de significancia de 0.000.

Con respecto del indicador de Establecimientos de hospedaje categoría 3 o menos, con un valor de F de 71.265, con un nivel de significancia de 0.000, por lo que se puede concluir que es significativo.

El indicador de Cuartos y unidades de hospedaje categoría 5 y 4 estrellas, con un valor de F de 491.080, con un nivel de significancia de 0.000, por lo tanto es significativo.

En cuanto a cuartos y unidades de hospedaje categoría 3 o menos, se puede precisar que de acuerdo con el valor de F DE 198.488 con un nivel de significancia de 0.000, por lo que es indiscutiblemente significativo.

Grafico 7 Dendrograma de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Con base en la información obtenida en el dendrograma, se puede concluir que el clúster más numeroso es el 1 con doce municipios: Tangancicuaro, Ziracuaretiro, Tangamandapio, Erongaricuaro, Chilchota, Tzintzuntzan, Charapan, Cuitzeo, Tingambato, Cheran, Paracho, Los Reyes. El clúster 2 lo integran: Salvador Escalante, Quiroga, Nuevo Parangaricutiro, y Zamora.

**Tabla 32** Clúster respecto a la variable Calidad en infraestructura

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Pátzcuaro	Los reyes	Chilchota	Tingambato
	Quiroga	Nuevo Parangaricutiro	Erongaricuario	Charapan
	Salvador Escalante	Paracho	Tzintzuntzan	Cuitzeo
	Uruapan	Tzintzuntzan		Cheran
	Zamora	Tangamandapio		
		Tangancicuaro		

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a la información proporcionada en la tabla anterior, el clúster más numeroso es el clúster 3 con seis municipios: Los reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Tzintzuntzan, Tangamandapio y Tangancicuaro.

El segundo más grande es el clúster número 2 con cuatro municipios: Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Uruapan y Zamora. Es necesario señalar que en este grupo está conformado por los municipios que por sus características, está catalogado como municipios fuertes

## 8.2. Análisis de resultados año 2017

### 8.2.1. Programas de política pública enfocados al turismo

Esta variable se refiere a todas aquellas acciones enfocadas a promover y difundir los recursos con los que cuenta una determinada zona, con la finalidad de incentivar la actividad turística. Estos programas por lo general se manifiestan en eventos organizados para promover la actividad turística en los lugares que presentan atractivos turísticos y cuya finalidad es estimular un turismo altamente competitivo. Estas actividades están coordinadas por las dependencias del sector turismo en conjunto con la iniciativa privada por lo general. En este aspecto la acción de las autoridades es muy activa ya que tiene la finalidad de brindar seguridad y proporcionar información a los agentes que intervienen en este sistema turístico, a través de módulos de información y orientación al turista. Se tiene el análisis K- de medias para la variable señalada con anterioridad, y a continuación se señalan los resultados obtenidos.

**Tabla 33** clúster de pertenencia de la variable programas de política pública enfocados al turismo

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	2	.333
2	Cherán	2	.667
3	Chilchota	3	.351
4	Cuitzeo	3	.351
5	Erongaricuaró	5	.000
6	Los reyes	2	.333
7	Morelia	4	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	.825
9	Paracho	3	.676
10	Pátzcuaro	1	.938
11	Quiroga	3	.351
12	Salvador Escalante	1	.938
13	Tangamandapio	3	.351
14	Tangancicuaro	1	.693
15	Tingambato	3	.351

16	Tzintzuntzan	3	.676
17	Uruapan	1	.825
18	Zamora	3	1.111
19	Ziracuaretiro	3	.351

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a la tabla 1 el clúster 1 lo constituyen cinco municipios: Nuevo Parangaricutiro, Pátzcuaro, Salvador Escalante, Tangancicuaro y Uruapan cuya distancia entre si es evidente.

El clúster 2, en este caso el municipio de Charapan y Los Reyes representa uno de los municipios con mayor similitud con respecto del municipio de Cherán. El clúster número 3 lo conforman nueve municipios Chilchota, Cuitzeo, Paracho, Quiroga, Tangamandapio, Tingambato Tzintzuntzan, Ziracuaretiro y Zamora, el cual dista de las características semejantes de los demás municipios que integran este clúster. El clúster 4 es Erongaricuaro, el que presente una distancia que lo hace mucho más lejano en cuanto a las características similares, en relación con los demás municipios. El clúster 5 lo representa Morelia, y cuyas características particulares con respecto del resto de los municipios, no comparte rasgos en común.

Tabla 34 distancias entre centros de clústeres finales de la variable programas de política pública enfocados al turismo

Clúster	1	2	3	4	5
1		2.731	1.431	4.252	2.163
2	2.731		1.567	6.307	2.728
3	1.431	1.567		5.100	1.670
4	4.252	6.307	5.100		4.123
5	2.163	2.728	1.670	4.123	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en la información expuesta en la tabla 36, se puede advertir que la distancia que existe entre el clúster 1 con respecto del clúster 3 es mínima, por lo que sus particulares características tienden a ser afines, mientras que el clúster 4 esta tan distante de reunir características similares.

El clúster 2, presenta una distancia minúscula con respecto del clúster 3, por lo tanto, existe una proximidad de particularidades, por el contrario, ocurre con el clúster 4 cuya

longitud revela una lejanía que hace evidente que esta remotamente cerca de reunir características comunes.

El clúster 3 señala que existe mayor proximidad con respecto del clúster 1, siendo más semejante en cuanto a rasgos.

Por su parte el clúster 4 indica que la distancia es evidentemente más grande por lo que dista de características más comunes en relación con los demás clústeres, sobresale el clúster 6 puesto que la distancia es considerable.

Con respecto al clúster 5 reúne una característica similar con el clúster 3, debido a que la distancia es muy mínima, no así para el clúster 4, ya que la distancia es muy notoria, y por lo tanto dista de compartir rasgos afines.

Tabla 35 ANOVA de la variable programas de política pública enfocados al turismo

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 12. Módulos de auxilio turístico	.899	4	.149	14	6.024	.005
Indicador 17. Página oficial turística	.632	4	.000	14	.	.
Indicador 18. Información turística disponible en página oficial	4.805	4	.086	14	56.061	.000
Indicador 19. Programas turísticos	4.218	4	.276	14	15.270	.000

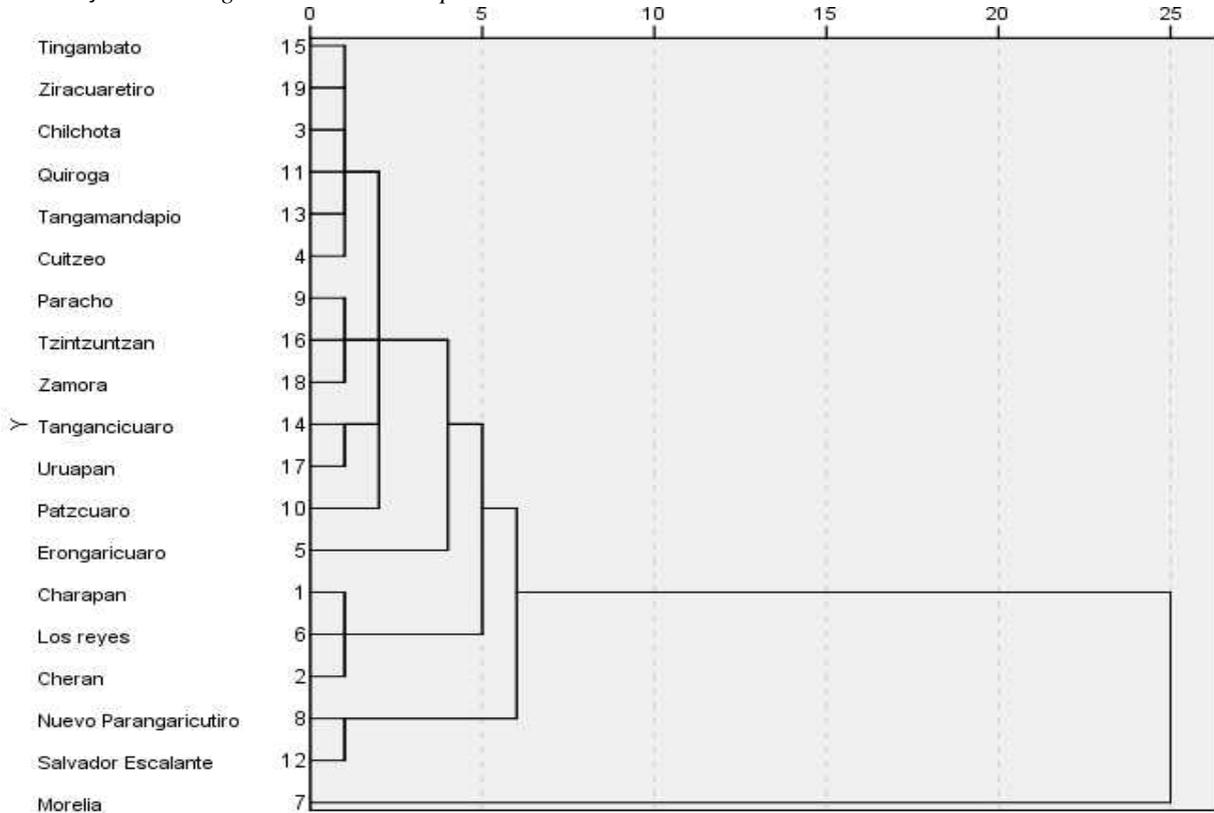
Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en los resultados obtenidos en la tabla obtenida, se puede señalar que tanto la información turística disponible en página oficial y los programas turísticos, son significativas con respecto de la variable de programas de política pública enfocados al turismo.

No obstante los módulos de auxilio muestran que el valor de F es 6.024 y la significación es 0,05, por lo tanto no son resultan ser significativos.

Grafico 8 Dendograma de los municipios de la la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como se puede observar para esta variable los resultados que arrojan en un primer momento señalan que queda reflejada la formación de los conglomerados, así como las distancias entre ellos, por ejemplo, se puede comprobar que la observación más distante del resto la es Morelia, y no se encuentra correlación alguna con los demás municipios. Como conclusión es posible señalar que los municipios que son similares entre sí, son las que tienen menor distancia.

La muestra indica es homogénea la mayoría de las observaciones quedan a una distancia inferior a 5.

**Tabla 36** Clúster respecto a la variable de Programas de política pública enfocados al turismo

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Erongaricuaro	Paracho	Cuitzeo	Los Reyes
		Pátzcuaro	Nuevo Parangaricutiro	Charapan
		Salvador Escalante	Quiroga	Cheran
		Tzintzuntzan	Tangamandapio	
		Zamora	Tangancicuaro	
			Tingambato	
			Uruapan	
			Ziracuaretiro	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla, el clúster más numeroso es el clúster 4 del grupo de los modestos que se conforma por ocho municipios Chilchota, Cuitzeo, Nuevo Parangaricutiro, Quiroga, Tangamandapio, Tangancicuaro, Tingambato, Uruapan y Ziracuaretiro, los cuales se caracterizan porque la información proporcionada en las páginas oficiales de cada uno de los municipios ha sido regular. En otro aspecto a considerar es que la cantidad de programas turísticos destinados a promover los atractivos turísticos como destinos culturales ha sido insuficiente.

El tercer clúster más grande es el que conforman los municipios de Paracho, Pátzcuaro, Salvador Escalante, Tzintzuntzan y Zamora, es decir el grupo de los moderados. En esta clasificación se distingue principalmente por municipio que se caracterizan por que la información contenida en sus páginas oficiales es completa. El número de programas que promueven la visita hacia estos destinos culturales es una cantidad considerable y basta para mantener estos destinos en la preferencia de los turistas.

El segundo clúster lo integra el municipio de Erongaricuaró, en donde se concentra una alta cantidad de programas e información para la promoción de los destinos y atractivos más importantes.

### 8.2.2. Servicios de atracción turística

Es uno de los elementos indispensables que integran el sistema turístico, y por lo que la actividad turística es posible. Los servicios de atracción turística son aquellos atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental, que definen la identidad de la población. También se consideran recursos turísticos a aquellos que por su importancia o singularidad captan el interés de los turistas y los que dan soporte para el desarrollo de la actividad turística. un atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

Tabla 37 Clúster de pertenencia de la variable servicios de atracción turística

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	5	.188
2	Cherán	5	.188
3	Chilchota	3	.667
4	Cuitzeo	5	.188
5	Erongaricuario	5	.188
6	Los reyes	5	.188
7	Morelia	2	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	5	.188
9	Paracho	5	.188
10	Pátzcuaro	4	.000
11	Quiroga	5	.939
12	Salvador Escalante	5	.188
13	Tangamandapio	5	.188
14	Tangancicuaro	3	.333
15	Tingambato	5	.853
16	Tzintzuntzan	5	.188
17	Uruapan	1	.000
18	Zamora	5	1.255
19	Ziracuaretiro	3	.333

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla el clúster 5 es más numeroso lo conforman trece municipios: Charapan, Cherán, Cuitzeo, Erongaricuario, Los reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tingambato, Tzintzuntzan y Zamora. Sin embargo se puede deducir que Zamora es el municipio que presenta mayor distancia con respecto a los otros municipios, por lo tanto está lejos de reunir características comunes.

**Tabla 38** Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios de atracción turística

Clúster	1	2	3	4	5
1		5.099	5.110	3.606	5.734
2	5.099		7.839	5.745	7.891
3	5.110	7.839		4.137	2.595
4	3.606	5.745	4.137		2.993
5	5.734	7.891	2.595	2.993	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en la información presentada en la tabla se puede concluir que el clúster 1, presenta características similares con el clúster 4, por lo tanto las características de ambos resultan homogéneas, por el contrario el clúster 5 resulta ser mucho más lejano en distancia.

Con relación al clúster 2 la distancia es muy evidente en todos los clústeres, pero sobresale el clúster 5, el cual es el más lejano. Cabe señalar que el clúster 1 es un tanto más cercano. En el clúster 3, sobresale el clúster 5 por su cercanía y en consecuencia las características son más uniformes, no así para el clúster 2, el cual representa una distancia muy significativa.

El clúster 4 coincide en similitudes con el clúster 5, cuya distancia es menor, en contraste el clúster 2 representa una distancia superior.

En relación al clúster 5 resalta el clúster 2, en donde el rango es muy distante, y por consiguiente hace de las características más alejadas, en contraste el clúster 3 comparte atributos más similares, por lo que lo hace más homólogo en cuanto a rasgos respecto del clúster 5.

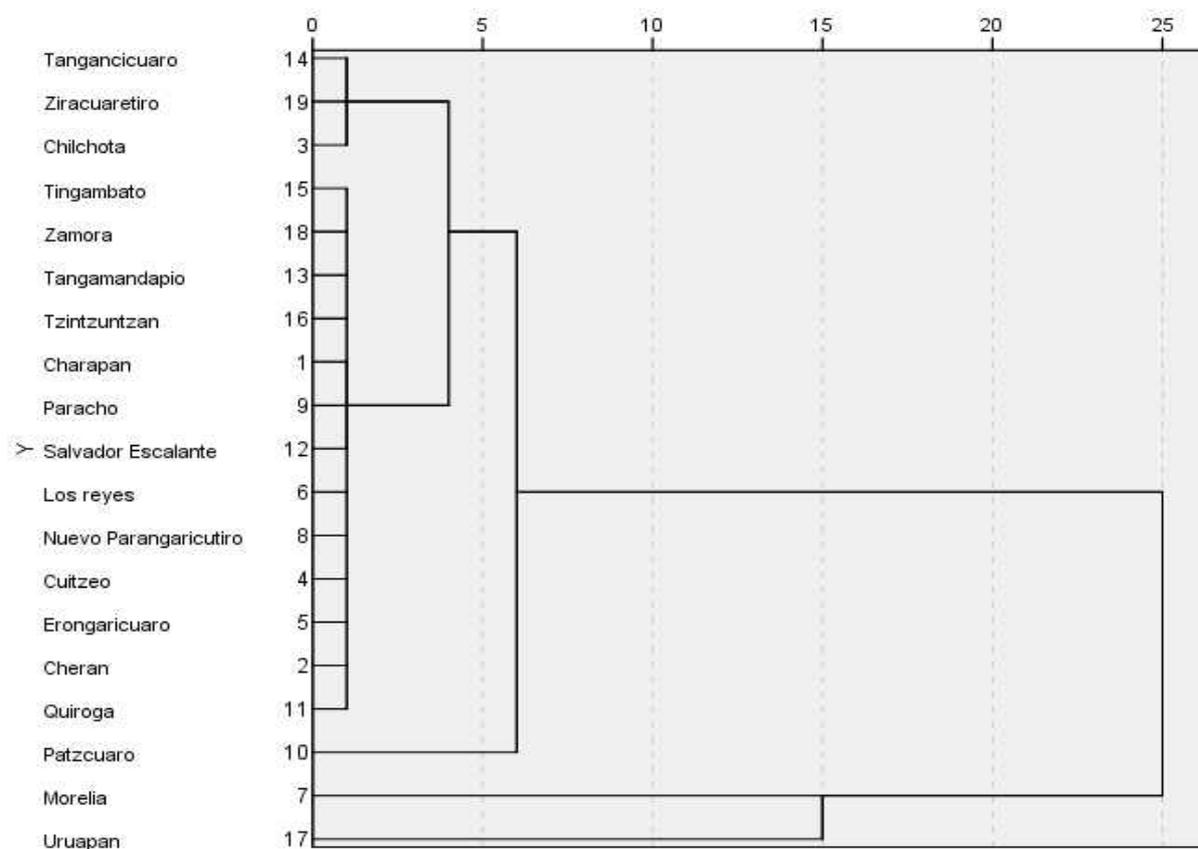
Tabla 39 ANOVA de la variable servicios de atracción turística

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Indicador 8. Parques acuáticos y balnearios	6.024	4	.114	14	53.047	.000
Indicador. 10 Centros de convenciones	8.453	4	.066	14	128.211	.000
Indicador 14. Otros servicios recreativos prestados por el sector privado	11.866	4	.121	14	98.167	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.  
 Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en la información expuesta se puede constatar que los resultados obtenidos para el caso de los parques acuático con un valor de F de 53.047, Centros de convenciones cuyo valor de F es de 128.211; y Otros servicios recreativos prestado por el sector privado en donde el valor de F es de 98.167, con una significancia de 0.000, por lo tanto resultan ser significativos con respecto de la variable de servicio de atracción turística.

Grafico 9 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como lo muestra el dendrograma, se puede inferir que el clúster más numeroso es el clúster 5 integrado por: Charapan, Cheran, Cuitzeo, Erongaricuario, Los Reyes Nuevo, Parangaricutiro Paracho, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tingambato, Tzintzuntzan y Zamora que constituye el grupo denominado de los débiles.

En tanto, el clúster 1 y 2, integrado por Morelia y Uruapan, respectivamente, son los clústeres que presentan una mayor distancia con respecto de los demás.

El clúster 3 está conformado por los municipios de Chilchota, Tangancicuaro y Ziracuaretiro, representa el grupo de los modestos.

<b>Tabla 40</b> Clúster respecto a la variable de Servicios de atracción turística				
Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Uruapan	Chilchota	Pátzcuaro	Charapan
		Tangancicuaro	Zamora	Cheran
		Ziracuaretiro		Cuitzeo
				Erongaricuaro
				Los Reyes
				Nuevo Parangaricutiro
				Paracho
				Quiroga
				Salvador Escalante
				Tangamandapio
				Tingambato
				Tzintzuntzan

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede observar el clúster con mayor número de municipios es el clúster 5 conformado por Charapan, Cheran Cuitzeo Erongaricuaro Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tingambato, Tzintzuntzan, y Zamora, cuyos indicadores nos muestran que existe una insuficiente cantidad de atractivos turísticos.

El clúster 3 está integrado por tres municipios Chilchota, Tangancicuaro y Ziracuaretiro, es decir que se encuentra en el grupo de los moderados.

En el clúster 2 solo lo conforma Uruapan, lo que representa que este municipio es uno de los mayores equipados en condiciones de atractivos turísticos.

### 8.2.3. Servicios recreativos complementarios al turismo

De acuerdo a la OMT los servicios complementarios son aquellos que como su nombre lo indica, complementan las necesidades del turista en cualquier área o zona turística.

Tabla 41 Clúster de pertenencia de la variable servicios recreativos complementarios al turismo

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	22.592
2	Cheran	1	6.065
3	Chilchota	1	8.413
4	Cuitzeo	1	11.212
5	Erongaricuario	1	19.763
6	Los reyes	1	8.555
7	Morelia	5	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	18.758
9	Paracho	1	14.569
10	Pátzcuaro	2	.000
11	Quiroga	4	.000
12	Salvador Escalante	1	37.723
13	Tangamandapio	1	16.196
14	Tangancicuaro	1	15.509
15	Tingambato	1	21.822
16	Tzintzuntzan	1	39.129
17	Uruapan	3	.000
18	Zamora	1	42.585
19	Ziracuaretiro	1	20.348

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla, estos resultados obtenidos arroja distancias que son muy evidentes entre cada caso.

El clúster 1 es el grupo más numeroso conformado por quince municipios: Charapan, Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Salvador Escalante

Tangamandapio, Tangancicuaro, Tingambato, Tzintzuntzan, Zamora y Ziracuaretiro, de los cuales Zamora es uno de los municipios que presenta una distancia bastante notoria, agudizando así la diferencia entre características en relación con los demás municipios. En contraste, Cherán es más próximo, por lo que es más uniforme en rasgos.

Tabla 42 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios recreativos complementarios al turismo

	1	2	3	4	5
1		206.728	162.410	310.610	470.697
2	206.728		87.761	106.325	298.570
3	162.410	87.761		185.997	319.503
4	310.610	106.325	185.997		254.458
5	470.697	298.570	319.503	254.458	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla, la distancia entre grupos, en relación al clúster 1 es muy notoria, en este sentido, el clúster 3 presenta una distancia menor, por lo que hace características muy comunes, en contrario el clúster 5 es el más lejano, y por lo tanto, hace mayor la diferencia en características.

En relación al clúster 2, la menor distancia se presenta con el clúster 3, por lo que las características no varían. En oposición se tiene que el clúster 5 es el más lejano en distancia y en características.

El clúster 3, la distancia más evidente que se presenta, es en el caso del clúster 5, y por consiguiente hace más distantes los rasgos entre clústeres, mientras que el clúster 5 presenta una distancia mínima con respecto a los demás clústeres, por lo cual hace más homólogos los rasgos.

El clúster 4, la lejanía más evidente se presenta en relación al clúster 1, cuyas características se hacen más distantes.

El clúster 5, revela que la distancia más evidente se presenta en el clúster 1, y con ello se presenta una disociación de las características entre clústeres.

Tabla 43 ANOVA de la variable servicios recreativos complementarios al turismo

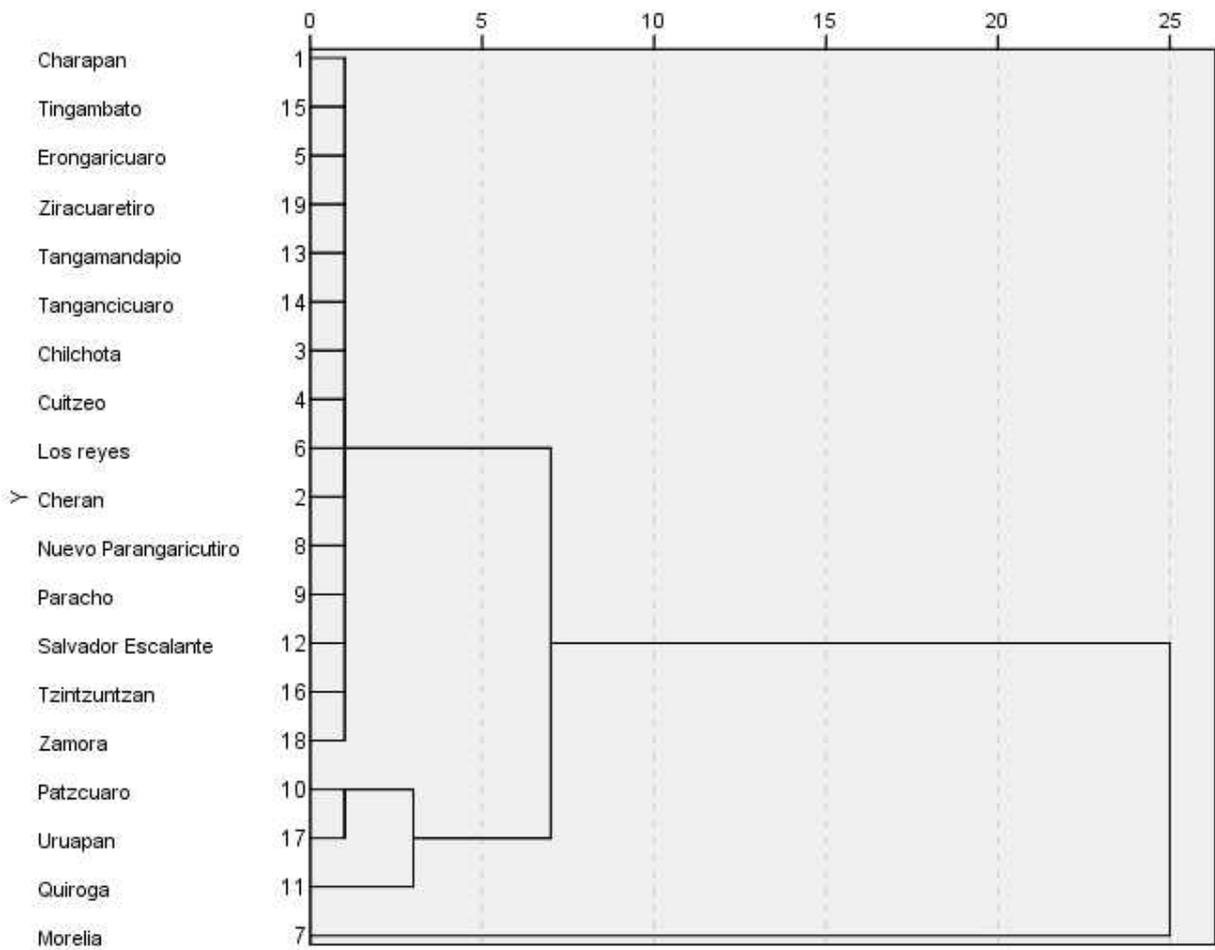
	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 13. Tiendas de artesanías	18266.251	4	235.552	14	77.546	.000
Indicador 15. Otros establecimientos que prestan servicios turísticos	60004.705	4	329.257	14	182.243	.000
Indicador 16. Establecimientos preparación de alimentos y bebidas	2213.267	4	1.781	14	1242.743	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a la información proporcionada en el recuadro, se puede concluir que las Tiendas de artesanías, Otros establecimientos que prestan servicios turísticos y Establecimientos preparación de alimentos y bebidas, con una significancia de 0.000, por lo tanto se puede concluir que son significativos.

Grafico 10 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como se puede observar en el dendrograma, se revela que el clúster 4 es el más numeroso y es representado por ocho municipios: Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga y Tangancicuaro.

El clúster 5 está representado por cinco municipios: Charapan, Tingambato, Ziracuaretiro, Erongaricuaro y Tangamandapio.

Tabla 44 Clúster respecto a la variable de Servicios recreativos complementarios al turismo

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Pátzcuaro	Tzintzuntzan	Cheran	Charapan
	Uruapan	Salvador Escalante	Chilchota	Tingambato
		Zamora	Cuitzeo	Ziracuaretiro
			Los reyes	Erongaricuario
			Nuevo Parangaricutiro	Tangamandapio
			Paracho	
			Quiroga	
			Tangancicuaro	
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster de K-Medias.				

Con base en la información propuesta en este cuadro se puede apreciar que el clúster 4 con ocho municipios Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Y Tangancicuaro, este grupo denominado de los municipios modestos, en este rubro se puede señalar con claridad que los servicios recreativos complementarios al turismo se hacen presentes pero no son suficientes ni variados acorde a las exigencias que el turismo en la actualidad puede demandar.

El clúster 5 está lo integran cinco municipios Charapan, Tingambato, Ziracuaretiro, Erongaricuario, y Tangamandapio, los cuales, representan los municipios que carecen de servicios complementarios al turismo.

#### 8.2.4. Servicios de transporte

La transportación turística, a diferencia de otros servicios turísticos, es el elemento o recurso que forma la base de distribución geográfica que obedece a los movimientos turísticos, llámense éstos, turismo receptivo, emisivo o interno.

Los medios de transporte permiten al turista desplazarse desde su lugar de origen al lugar de destino, cuya finalidad es disfrutar del atractivo que motivó el viaje. Estos medios de transportación permiten el acceso al punto de destino, y pueden ser acuáticos, terrestres, aéreos o espaciales.

Tabla 45 Clúster de pertenencia de la variable servicios de transporte

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	.000
2	Cheran	1	.000
3	Chilchota	1	.000
4	Cuitzeo	1	.000
5	Erongaricuaró	1	.000
6	Los reyes	1	.000
7	Morelia	2	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	.000
9	Paracho	1	.000
10	Pátzcuaro	3	.000
11	Quiroga	1	.000
12	Salvador Escalante	4	.333
13	Tangamandapio	1	.000
14	Tangancicuaro	5	.000
15	Tingambato	1	.000
16	Tzintzuntzan	5	.000
17	Uruapan	4	.333
18	Zamora	4	.667
19	Ziracuaretiro	1	.000

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en los resultados obtenidos, el clúster 1 está integrada por 12 municipios: Charapan, Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuaró, Los reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Tangamandapio y Tingambato, por lo que se puede inferir que en su mayoría reúnen características muy uniformes respecto de la distancia entre cada uno de los clústeres.

Por lo que ve al clúster 4 se presenta una mayor lejanía en cuanto a las distancias respecto de los clústeres, agudizando las características propias de cada municipio.

**Tabla 46** Distancias entre centros de clústeres finales de la variable servicios de transporte

Clúster	1	2	3	4	5
1		14.000	7.000	3.333	1.000
2	14.000		7.000	10.667	13.000
3	7.000	7.000		3.667	6.000
4	3.333	10.667	3.667		2.333
5	1.000	13.000	6.000	2.333	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como lo muestra la tabla anterior, el clúster 1, la distancia entre el clúster 5 es menor, lo que se traduce en que las características entre estos grupos son más parecidas. No obstante, el clúster 2 es mucho más distante con respecto del clúster 1, en consecuencia, se tiene que no reúne características comunes.

El clúster 2, revela que la distancia más relevante la representa el clúster 1 cuyas características distan de ser similares.

El clúster 3, se presenta una distancia mayor entre el clúster 1 y 2, cuyas distancias son muy lejanas y por lo tanto se acentúa la diferencia entre particularidades entre clústeres.

En el clúster 4 se puede destacar la distancia que existe entre el clúster 2 lo que hace más lejana las características entre clústeres.

El clúster 5 enfatiza que predomina una distancia mayor con respecto al clúster 2, lo que se traduce a una diferencia entre rasgos de los clústeres.

**Tabla 47** ANOVA de la variable Servicios de transporte

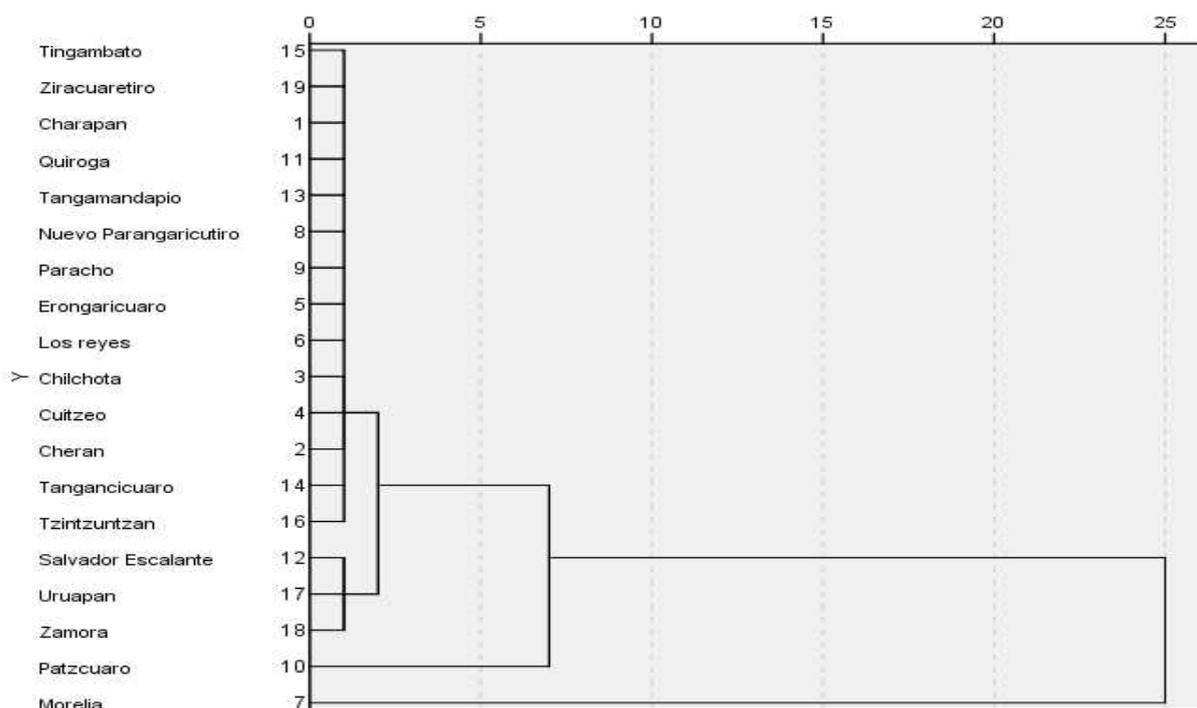
	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 9. Transporte al servicio del turismo	55.754	4	.048	14	1170.842	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en la tabla anterior se puede afirmar que el transporte al servicio del turismo con una significancia de 0.000, resulta ser significativo en relación a la variable de los servicios de transporte.

*Grafico 11 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco*



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

En dendrograma se puede apreciar que en la formación de clústeres resalta el clúster 5, el cual está conformado por once municipios: Charapan, Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuaro, Los reyes Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Tangamandapio y Tingambato, y es denominado el grupo de los municipios débiles.

El segundo clúster es el clúster 4 con tres municipios: Tangancicuaro, Tzintzuntzan y Ziracuaretiro del grupo de los modestos.

**Tabla 48** Clúster respecto a la variable de Servicios de transporte

Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Pátzcuaro	Salvador Escalante	Tangancicuaro	Charapan
	Zamora	Uruapan	Tzintzuntzan	Cheran
			Ziracuaretiro	Chilchota
				Cuitzeo
				Erongaricuaro
				Los reyes
				Nuevo Parangaricutiro
				Paracho
				Quiroga
				Tangamandapio
				Tingambato

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo con la información proporcionada, el clúster 5 está integrado por un número mayor de municipios, los cuales presentan un servicio deficiente en materia de transporte destinado al servicio turístico, y que representa una de los elementos que son indispensables en la actividad turística.

Mientras que el clúster 4 está formado por los municipios de Tangancicuaro, Tzintzuntzan y Ziracuaretiro que representan un servicio de transporte muy deficiente.

### 8.2.5. Capacitación turística

La capacitación permanente permite incrementar la calidad y la satisfacción del cliente, lo cual impacta en el número de visitantes a los diversos destinos turísticos de México. Permiten. La *capacitación* como estrategia de desarrollo *turístico*, ya que se promueve la competitividad de las empresas turísticas, con Sistemas de Calidad.

**Tabla 49** Clúster de pertenencia de la variable capacitación turística

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	.500
2	Cheran	1	.500
3	Chilchota	1	.500
4	Cuitzeo	1	1.500
5	Erongaricuario	1	.500
6	Los reyes	5	1.118
7	Morelia	3	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	.500
9	Paracho	1	.500
10	Pátzcuaro	5	1.118
11	Quiroga	1	1.500
12	Salvador Escalante	1	.500
13	Tangamandapio	1	.500
14	Tanganciuaro	1	1.500
15	Tingambato	1	.500
16	Tzintzuntzan	1	.500
17	Uruapan	4	.000
18	Zamora	2	.000
19	Ziracuaretiro	1	.500

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta tabla muestran que el clúster 1 es el más numeroso y lo integran dieciséis municipios: Charapan, Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tanganciuaro, Tingambato, Tzintzuntzan y Ziracuaretiro. Se puede afirmar que los municipios de Tanganciuaro y Quiroga están más cerca de reunir rasgos similares, mientras que Pátzcuaro y los Reyes se alejan más de lograr características similares.

Por su parte Uruapan, Morelia y Zamora, son los municipios que se encuentran muy distantes de los demás municipios, por lo cual se agudizan los puntos de coincidencia.

Tabla 50 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable de capacitación turística

Clúster	1	2	3	4	5
1		18.527	267.107	49.661	5.099
2	18.527		248.582	31.145	13.500
3	267.107	248.582		217.451	262.052
4	49.661	31.145	217.451		44.601
5	5.099	13.500	262.052	44.601	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Por lo que corresponde a la distancia entre grupos se puede señalar que con respecto al clúster 1, la distancia más evidente que se puede observar es el clúster 3, y por lo tanto no existen rasgos comunes. En caso contrario la menor distancia está dada por el clúster 5, por lo que los rasgos semejantes son más fácil de reconocer.

Por lo que refiere al clúster 2 la distancia más lejana es la que comparte con el clúster 3 la cual es considerablemente enorme, y por consiguiente las características propias de cada clúster también lo son.

El clúster 3, es el clúster en el que más lejano se encuentran las distancias entre grupos, y por tanto los rasgos característicos de cada una de ellas es en la misma proporción.

En relación al clúster 4, se puede apreciar que el clúster 1 es más próximo en cuanto a características, por lo que la distancia es menor. En contrario, se asume que el clúster 3 es el más distanciado y por consiguiente lejos de reunir con características comunes.

Tabla 51 ANOVA para la variable de capacitación turística

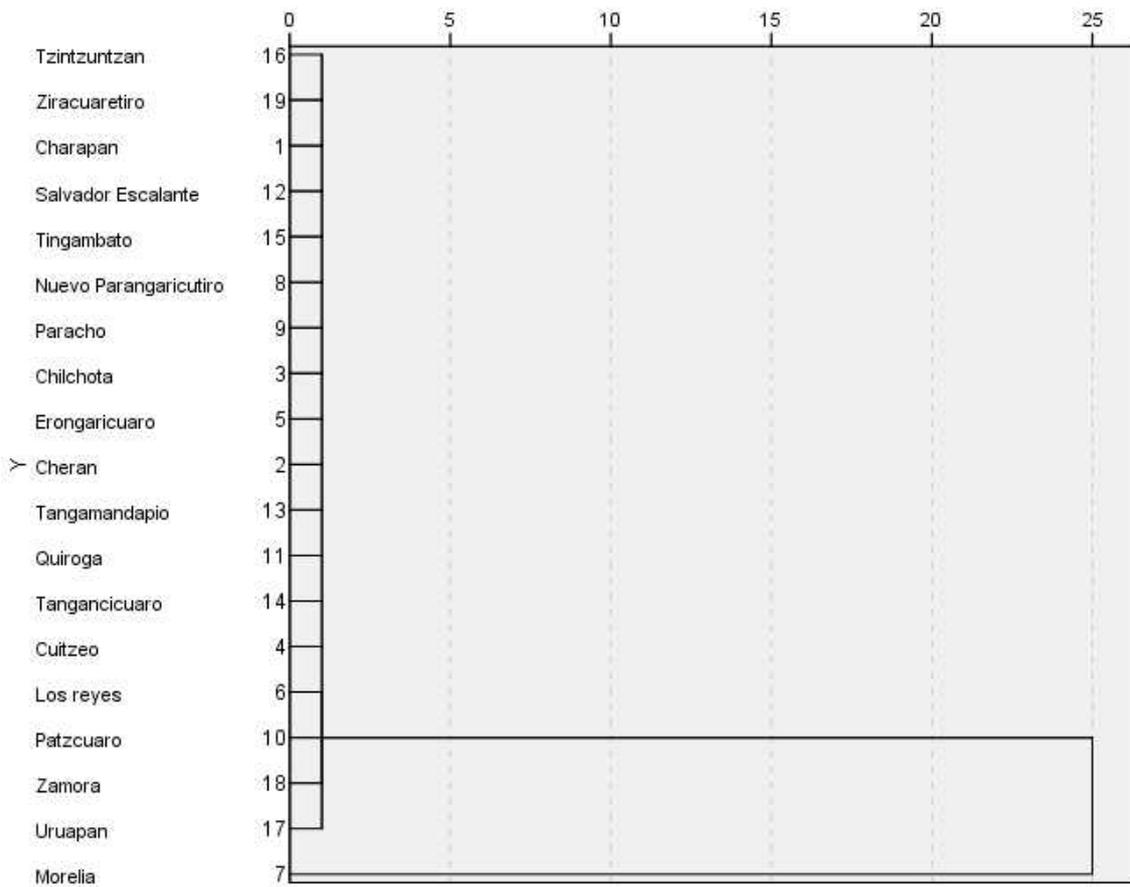
	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Indicador 7. Atención turística	16904.605	4	.714	14	23666.447	.000
Indicador 11. Centros de enseñanza turística	77.526	4	.143	14	542.684	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base a la información expuesta, se puede concluir que los centros de atención turística cuyo valor de F es de 23666.447, con un nivel de significancia de 0.000, por lo que se puede concluir que es significativo. Los centros de enseñanza le corresponden un valor a F de 542.684, con una significancia de 0.000 por lo que se puede dejar en evidencia que para este caso es significativo.

Grafico 12 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como se puede apreciar en el dendrograma, muestra que el clúster 5 es el más numeroso, pues lo conforman Charapan, Cheran, Chilchota, Erongaricuaro, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tangancicuaro, Tingambato y Tzintzuntzan.

Mientras que los clústeres que mantienen una cierta distancia Morelia, Uruapan y Zamora.

<b>Tabla 52</b> Clúster respecto a la variable de capacitación turística				
Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Uruapan	Pátzcuaro	Quiroga	Charapan
	Zamora		Ziracuaretiro	Cherán
			Cuitzeo	Chilchota
			Los Reyes	Erongaricuario
				Nuevo Parangaricutiro
				Paracho
				Salvador Escalante
				Tangamandapio
				Tangancicuario
				Tingambato
				Tzintzuntzan
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.				

La información que se obtiene de la tabla anterior revela que el clúster 5 muestra once municipios, los cuales por la variable propuesta de capacitación turística, muestran que existe un bajo desempeño en este rubro, ya que tanto los módulos de auxilio turístico son insuficientes para lograr un óptimo desempeño.

Mientras que el clúster 4 lo componen Quiroga, Ziracuaretiro, Cuitzeo y Los Reyes.

#### 8.2.6. Infraestructura e inversión

Es claro que el turismo es un detonador natural de infraestructura y genera una sinergia única entre la inversión pública y la inversión privada. Al invertir en infraestructura turística, el gobierno genera un círculo virtuoso en el que potencia la inversión privada y

su rentabilidad económica y, a su vez, la inversión privada maximiza el beneficio social que busca la inversión pública.

Tabla 53 Clúster de pertenencia de la variable infraestructura e inversión

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	87.097
2	Cheran	1	64.080
3	Chilchota	1	57.980
4	Cuitzeo	1	82.107
5	Erongaricuario	1	57.980
6	Los reyes	1	94.081
7	Morelia	4	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	1	219.493
9	Paracho	1	40.072
10	Pátzcuaro	5	.000
11	Quiroga	1	166.163
12	Salvador Escalante	1	104.719
13	Tangamandapio	1	53.038
14	Tangancicuaro	1	50.121
15	Tingambato	1	92.151
16	Tzintzuntzan	1	29.307
17	Uruapan	2	.000
18	Zamora	3	.000
19	Ziracuaretiro	1	51.117

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como lo refieren los resultados obtenidos en la tabla indican que en el caso del clúster 1 lo integran quince municipios: Charapan, Cheran, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Quiroga, Salvador Escalante, Tangamandapio, Tangancicuaro, Tingambato, Tzintzuntzan y Ziracuaretiro, que reúnen rasgos comunes entre sí, sin embargo es necesario señalar que el municipio de Nuevo Parangaricutiro, revela una distancia muy considerable respecto de los demás municipios, lo que hace que no tenga características comunes entre grupos de clústeres. El municipio de Tzintzuntzan es el que se encuentra relativamente más próximo y por consiguiente se asemeja a los demás municipios.

Por su parte Uruapan Zamora, Pátzcuaro y Morelia, forman cada uno un clúster, por lo cual distan de poseer características similares.

Tabla 54 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable infraestructura e inversión

Clúster	1	2	3	4	5
1		1704.733	727.177	4246.615	1300.436
2	1704.733		977.627	2541.883	405.178
3	727.177	977.627		3519.478	573.928
4	4246.615	2541.883	3519.478		2946.513
5	1300.436	405.178	573.928	2946.513	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Con base en los resultados obtenidos respecto de las distancias entre centros de clústeres finales, se puede deducir que el clúster 1, presenta mayor distancia con respecto del clúster 2 por lo tanto, está muy lejos de reunir características en común.

Por su parte, el clúster 2, presenta una lejanía considerable en relación al clúster 1. Sin embargo el clúster 5 es el más cercano.

El clúster 3, el clúster más próximo en cuanto a características y distancia es el clúster 5. Mientas que los demás clústeres no coinciden en cuanto a rasgos. El clúster 4 y el 5 presentan distancias tan desorbitantes que es difícil establecer características medianamente similares.

Tabla 55 ANOVA de la variable de infraestructura e inversión

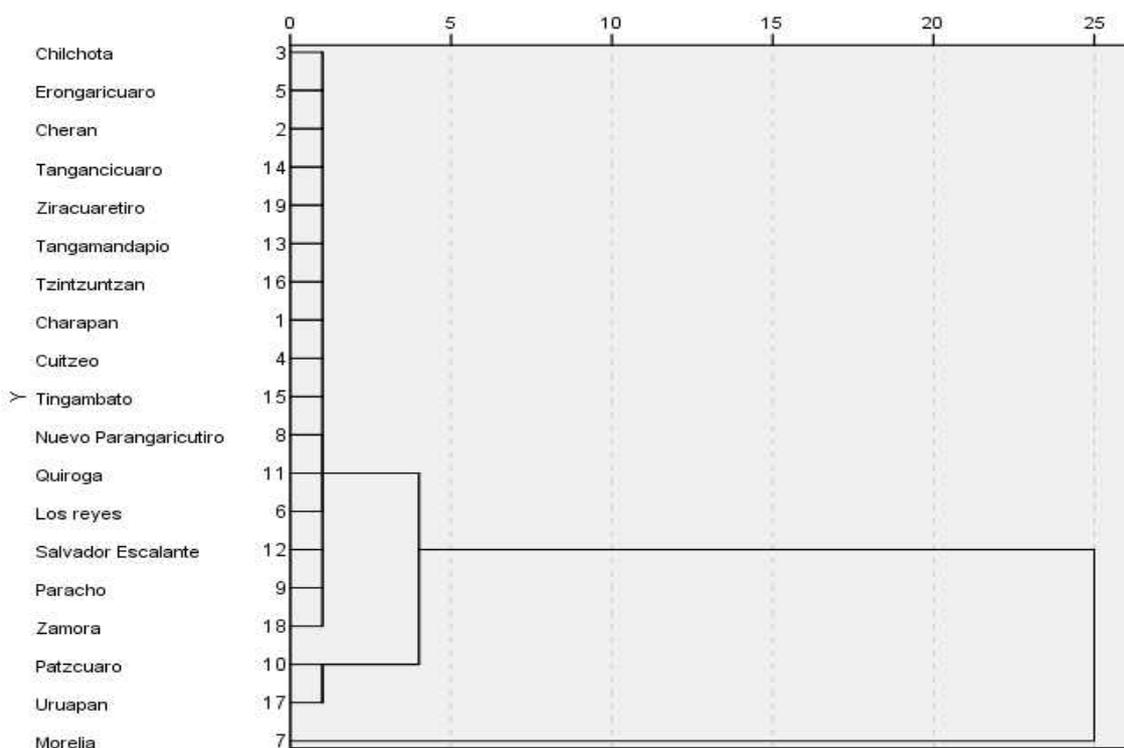
	Clúster	Error		F	Sig.		
		Media cuadrática	gl			Media cuadrática	Gl
Indicador 1. Establecimiento de hospedaje total	1.	4060.693	4	39.667	14	102.370	.000
Indicador 2. Cuartos y unidades de hospedaje total	2.	4948252.293	4	9935.781	14	498.023	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: elaboración propia con base en los resultados de análisis de clúster K-Medias

Con base en la información expuesta en la tabla anterior se puede concluir que el establecimiento de hospedaje total, es evidentemente significativo, con un nivel de significancia del 0.000, con un valor de F de 102.370. Con respecto a los cuartos y unidades de hospedaje total, con nivel de significancia de 0.000 y F representado con un valor de 498.023, y por consiguiente es indiscutiblemente significativo.

Grafico 13 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

De acuerdo a los resultados obtenidos en el dendrograma, se puede deducir que la distribución de los municipios en clústeres se dio de manera muy uniforme en obtención de clústeres. El clúster 1 está constituido por cinco municipios: Chilchota, Erongaricuaro, Cheran, Tangancicuaro, Ziracuaretiro, Tangamandapio, Tzintzuntzan, Charapan, Cuitzeo, Tingambato.

<b>Tabla 56</b> Clúster respecto a la variable infraestructura e inversión				
Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Nuevo Parangaricutiro	Tzintzuntzan	Charapan	Tingambato
	Pátzcuaro	Los reyes	Cuitzeo	
	Quiroga	Tangamandapio	Cheran	
	Salvador Escalante	Tangancicuaro	Chilchota	
	Zamora	Paracho	Erongaricuaro	
		Ziracuaretiro		
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.				

Con base a la información expuesta en la tabla anterior, con respecto a la variable de infraestructura e inversión se obtiene el clúster 2 integrado por los municipios de Nuevo Parangaricutiro, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante y Zamora. Este grupo se caracteriza principalmente por la gran cantidad de infraestructura en establecimientos de hospedaje.

El clúster 3 lo conforman Tzintzuntzan, Los reyes, Tangamandapio, Tangancicuaro, Paracho

Y Ziracuaretiro.

El clúster 4 lo integran Charapan, Cuitzeo, Cheran, Chilchota y Erongaricuaro, los cuales presentan una infraestructura deficiente, traducida a una cantidad mínima en hospedaje.

### 8.2.7. Calidad en infraestructura

La infraestructura de un destino, el acceso al mismo, la conectividad de éste con otros, son componentes esenciales para el desarrollo del turismo, e inciden en una buena

experiencia turística. El desarrollo del turismo depende en gran medida del desarrollo de una infraestructura apropiada, que atienda las necesidades del turista en todas sus fases.

**Tabla 57** Clúster de pertenencia de la variable calidad en infraestructura

Número del caso	MUNICIPIO	Clúster	Distancia
1	Charapan	1	24.083
2	Cheran	1	1.606
3	Chilchota	1	5.117
4	Cuitzeo	1	19.104
5	Erongaricuario	1	5.156
6	Los reyes	3	29.037
7	Morelia	4	.000
8	Nuevo Parangaricutiro	3	107.551
9	Paracho	3	73.635
10	Pátzcuaro	2	146.524
11	Quiroga	3	38.925
12	Salvador Escalante	3	15.771
13	Tangamandapio	1	10.019
14	Tangancicuario	1	13.045
15	Tingambato	1	29.151
16	Tzintzuntzan	1	29.400
17	Uruapan	2	146.524
18	Zamora	5	.000
19	Ziracuaretiro	1	12.049

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

Como se puede apreciar en la tabla el clúster 1 es mayor en cuanto al número de los municipios que lo integran: Charapan, Cherán, Chilchota, Cuitzeo, Erongaricuario, Tangamandapio, Tangancicuario, Tingambato, Tzintzuntzan y Ziracuaretiro. Por lo que el municipio que más lejano en cuanto a distancia y rasgos similares es Tingambato y Tzintzuntzan. El municipio más cercano es Cherán.

Por su parte Morelia y Zamora, distan de reunir características similares, debido a que presentan una distancia muy amplia.

En el clúster 2 tanto Pátzcuaro como Uruapan representan las distancias más evidentes en características y separación.

Tabla 58 Distancias entre centros de clústeres finales de la variable calidad en infraestructura

Clúster	1	2	3	4	5
1		1206.224	176.051	3094.632	576.071
2	1206.224		1039.984	2192.594	644.268
3	176.051	1039.984		2987.707	426.777
4	3094.632	2192.594	2987.707		2580.687
5	576.071	644.268	426.777	2580.687	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

De acuerdo a los resultados presentados en la tabla, se puede inferir que el clúster 1 contiene en cada uno de los clústeres una distancia bastante evidente, no obstante el clúster 3 es menos distante en relación a los demás.

El clúster 3 tiene una menor distancia con respecto del clúster 5 cuya distancia es relativamente menor.

Tabla 59 ANOVA de la variable calidad en infraestructura

		Clúster		Error		F	Sig.
		Media cuadrática	gl	Media cuadrática	Gl		
Indicador 3. Establecimientos de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas	3.	760.633	4	2.436	14	312.283	.000
Indicador 4. Establecimientos de hospedaje categoría 3 o menos	4.	1538.922	4	16.293	14	94.454	.000
Indicador 5. Cuartos y unidades de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas	5.	1540778.996	4	1044.979	14	1474.460	.000
Indicador 6. Cuartos y unidades de hospedaje categoría 3 o menos	6.	1130587.858	4	3626.657	14	311.744	.000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con fines descriptivos porque los clústeres se han elegido para maximizar las diferencias entre los casos de distintos clústeres. Los niveles de significación observados no están corregidos para esto y, por lo tanto, no se pueden interpretar como pruebas de la hipótesis de que los medias de clúster son iguales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.

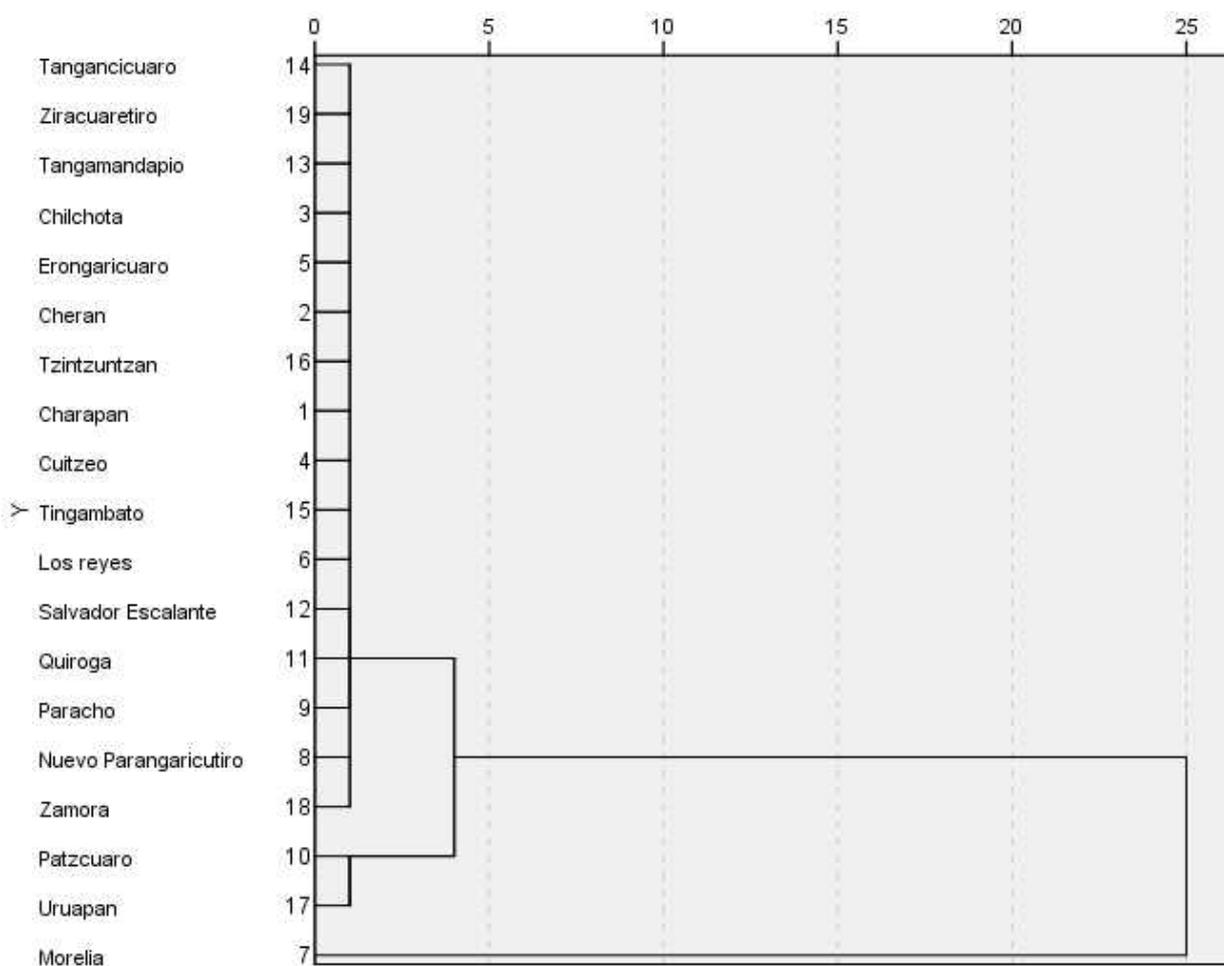
De acuerdo con la información contenida en el cuadro, se puede apreciar que el establecimiento de hospedaje categoría 5 y 4 estrellas, indica un valor de F de 312.283 con un nivel de significancia de 0.000, por lo que se concluye que es significativo.

En lo que concierne a Establecimientos de hospedaje categoría 3 o menos, se evidencia en la información presentada con antelación y se puede afirmar que es significativo, cuyo nivel de significancia del 0.000, con un valor de F de 94.454.

En relación a Cuartos y unidades de hospedaje categoría 5 y 4 estrellas, en el que el valor de F ES de 1474.460, con un nivel de significancia de 0.000, por lo tanto se puede aseverar que son significantes.

En cuanto a cuartos y unidades de hospedaje categoría 3 o menos, se puede precisar que de acuerdo con el valor de F DE 311.744 y al nivel de significancia de 0.000, por lo que es indiscutiblemente significativo.

Grafico 14 Dendrograma de los municipios de la Ruta Don Vasco



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 22.0

Como se puede apreciar en el dendrograma, los clústeres se aprecian más uniformes, es el caso del clúster 2, al cual lo integran cinco municipios: Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante Uruapan y Zamora.

Clúster 3 seis municipios: Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Tzintzuntzan, Tangamandapio y Tangancicuaro.

Clúster 4 está constituido por Cherán, Chilchota, Erongaricuaro y Tzintzuntzan.

Clúster 5 lo conforman: Tingambato. Charapan y Cuitzeo

<b>Tabla 60</b> Clúster respecto a la variable Calidad en infraestructura				
Lideres	Fuertes	Moderados	Modestos	Débiles
Morelia	Pátzcuaro	Los reyes	Cheran	Tingambato
	Quiroga	Nuevo Parangaricutiro	Chilchota	Charapan
	Salvador Escalante	Paracho	Erongaricuaro	Cuitzeo
	Uruapan	Tzintzuntzan	Tzintzuntzan	
	Zamora	Tangamandapio		
		Tangancicuaro		
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de Análisis de Clúster K-Medias.				

De acuerdo a la información proporcionada en la tabla anterior, el clúster más numeroso es el clúster 3 con seis municipios: Los reyes, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Tzintzuntzan, Tangamandapio y Tangancicuaro.

El segundo más grande es el clúster número 2 con cuatro municipios: Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Uruapan y Zamora. Es necesario señalar que en este grupo está conformado por los municipios que por sus características, está catalogado como municipios fuertes.

### 8.3. Comparativa de resultados entre variables

#### 8.3.1. Programas de política pública enfocados al turismo

Es una de variables propuestas en este análisis, en este aspecto se tomaron en cuenta el número de programas en materia turística en cada uno de los municipios que integran la Ruta Don Vasco, los módulos de auxilio turístico, así como de la información contenida en las páginas oficiales. En este aspecto podemos afirmar que en el año 2017, se encontró que existe más información disponible en materia turística con respecto del año 2015. Uno de los indicadores clave de esta variable fueron los módulos de auxilio turístico, los resultado no han variado debido son los mismos en el año 2015 y en 2017.

#### 8.3.2. Servicios de atracción turística.

Este es uno de los elementos indispensables para que la actividad turística, se pueda llevar a cabo. Parques acuáticos y balnearios; centros de convenciones y otros servicios recreativos prestados por el sector privado. En este aspecto se presentó una tendencia similar en ambos años, en este aspecto de existe una deficiencia en los servicios en la mayoría de los municipios, a excepción de Morelia, Uruapan, y Pátzcuaro.

#### 8.3.3. Servicios recreativos complementarios al turismo

En este sentido, existe un aumento en el indicador de otros establecimientos que prestan servicios turísticos en el año 2015, con respecto del año 2017. Es necesario señalar que Morelia encabeza el grupo de los líderes, mientras que Uruapan, Pátzcuaro, y Quiroga, se mantienen en el grupo de los fuertes.

#### 8.3.4. Transporte al servicio del turismo

De acuerdo a los resultados de esta variable, se registra un mayor número de transporte al servicio del turismo en el año 2015, con respecto del año 2017, en donde se presenta

una disminución del transporte. Sin embargo en ambos años, los municipios que resultan ser fuertes en materia de transporte Pátzcuaro, Zamora y Uruapan.

#### 8.3.5. Capacitación turística

En este sentido, tanto el indicador de atención turística y el indicador de centros de enseñanza turística, señalan una ligera variación en el año 2017. Es necesario señalar que por la variable propuesta de capacitación turística, muestran que existe un bajo desempeño en este rubro, ya que tanto los módulos de auxilio turístico son insuficientes para lograr un óptimo desempeño.

#### 8.3.6. Infraestructura e inversión

En esta variable propuesta de infraestructura e inversión, se centra básicamente en materia de servicios de hospedaje, cuyos indicadores son el establecimiento de hospedaje total y los cuartos y unidades de hospedaje total, resalta la destacada participación de los municipios de Nuevo Parangaricutiro, Pátzcuaro, Quiroga y Salvador Escalante, los cuales se presentan como fuertes en materia de hospedaje. Es necesario señalar que en año 2017, se presenta una disminución considerable de esta actividad con respecto del año 2015.

#### 8.3.7. Calidad en infraestructura

En cuanto a la variable calidad en infraestructura, debido a la categoría que se presenta en los establecimientos de hospedaje. En este factor propuesto, es necesario señalar que Morelia es el líder que encabeza este rubro, seguido de los municipios de Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Uruapan y Zamora. Es necesario señalar que el número de servicios registrados para esta variable fue mayor en el año 2015, por lo que en el año 2017 presento una contracción.

## **8.4 RESULTADOS ESPERADOS DEL PROGRAMA CONTRA RESULTADOS OBTENIDOS**

De acuerdo al escenario propuesto en el programa regional de desarrollo turístico de la Ruta Don Vasco para el cumplimiento de las metas, en donde se contemplan una serie de indicadores que integran la oferta turística y que son determinantes en la consolidación de dicha actividad.

Para el logro y cumplimiento de dichas metas se tiene en primer lugar la oferta de hospedaje, este indicador, de acuerdo a los análisis de competitividad realizados con anterioridad, incluyen el hospedaje total en donde el porcentaje correspondiente al año 2017 disminuyó 1.1% con respecto del año 2015. La afluencia turística que se traduce al 95% del cumplimiento con respecto de las expectativas del año 2018.

El receptor Morelia, y los destinos eje: Pátzcuaro y Uruapan de la Ruta Don Vasco concentran la oferta de servicios turísticos del territorio. Es evidente señalar que la oferta alojativa de la Ruta Don Vasco se concentra principalmente en Morelia, Pátzcuaro y Uruapan, esto implica, por tanto que las poblaciones dentro del entorno de la ruta apenas presentan desarrollo turístico.

### **1. Propuesta de políticas públicas**

Derivado del análisis y determinación de la competitividad de los municipios que conforman la Ruta Turística Don Vasco, es necesario propiciar la participación de los diferentes actores que participan e interactúan en el sistema turístico, para la lograr la consolidación de la competitividad. Así como para alcanzar el objetivo de la elaboración de una propuesta de política pública que permita incrementar la competitividad del sistema turístico de la ciudad de Morelia, se presenta la siguiente recomendación de política pública.

Es necesario señalar que es indispensable aprovechar la gran vocación turística con la que los municipios de la Ruta Turística Don Vasco poseen, es por ello que se propone impulsar la profesionalización del sector turístico. Como una de las estrategias que se proponen derivado de los resultados previos en primer lugar se debe poner énfasis hacia

la atención turística, ya que es aquí donde se desarrolla el primer acercamiento de los turistas hacia la comunidad receptora. La información que se proporciona en las

Plataformas turísticas de los diferentes sitios oficiales, cuya finalidad es la promoción de los diferentes atractivos turísticos debe de ser clara y concisa, ya que es aquí donde se tiene la oportunidad de atraer a los turistas a visitar los municipios que contienen diferentes atractivos.

Por otro lado, es necesario señalar que la infraestructura del transporte, el cual es uno de los factores que esenciales para que los municipios que conforman la Ruta Turística Don Vasco, puedan atraer un gran número de turistas. Este es uno de los factores determinantes para estimular la competitividad. Un municipio con deficiencias en esta infraestructura no permite la correcta movilidad de los turistas, lo que provoca que todos se concentren en los mismos lugares e impide que exploren otros atractivos, por lo que desaprovechen la oportunidad de atraer un mayor número de turistas y con ello la posibilidad de generar un mayor número de ingresos.

Otro de los factores clave que se contemplan para estimular la competitividad, son los servicios complementarios al turismo. En este sentido, con base en los resultados obtenidos han revelado que es necesario aumentar y diversificar los servicios para potencializar la actividad turística.

## Capítulo IX

# Propuesta de Estrategias de Políticas Públicas para la Ruta Don Vasco

El programa de la Ruta Turística Don Vasco articula el importante legado cultural, ya que esta transcurre en una zona del estado de Michoacán en donde habita la mayor parte de población indígena y en donde la falta de oportunidades económicas provoca la migración especialmente de varones jóvenes. Este proyecto busca mejorar la calidad de vida de los habitantes de las poblaciones por las que transcurre la ruta, y con ello impulsar un proceso de desarrollo endógeno que pueda coadyuvar al combate de la pobreza y marginación de algunas localidades e integrar el desarrollo turístico a los habitantes de la zona, especialmente a los grupos más desfavorecidos. Todo esto a partir de la creación de un producto turístico-cultural atractivo acorde a las exigencias de la demanda actual y capaz de diferenciarse de sus competidores.

La Ruta Don Vasco integra un conjunto de poblaciones con distinto grado de tradición turística, potencia temáticas e infraestructuras básicas de servicio, distribuidas a lo largo del territorio extenso que incluye tres áreas diferenciadas: Morelia y su entorno, la zona Lacustre y la Meseta Purépecha. El ámbito de este programa es estrictamente turístico, sin embargo, dado que la Ruta Don Vasco se concibe como un instrumento para alcanzar el objetivo de desarrollo económico y social de la región, en la articulación de este programa se ha integrado la planeación territorial elaborada por FONATUR, que afecta

de manera directa las obras de infraestructura de comunicaciones, saneamiento, empedrado de calles o mejora de la imagen urbana entre otros.

El espacio por el que transcurre la Ruta Don Vasco está integrada por 124 comunidades. La condición de la ruta como un proyecto de desarrollo hace que el programa que impulsa la Ruta Don Vasco tiene como finalidad poner en marcha acciones en materia de infraestructura a corto, mediano y largo plazo, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de los habitantes de estas poblaciones, respondiendo así al principio de extensión de beneficio a todas las comunidades de la región. Por consiguiente, las comunidades receptoras serán beneficiarias de las actuaciones contenidas en el eje de infraestructura.

El trazado de la ruta recorre dos regiones con cualidades diferenciadas: el entorno del lago de Pátzcuaro extendido hasta el lago de Zirahuén, al que en adelante se le denomina zona lacustre; y la meseta purépecha, al norte y noreste de Uruapan. Por criterios turísticos e históricos se integra en la Ruta Don Vasco, la ciudad de Morelia, con una extensión del trazado hasta Cuitzeo. Más adelante para la segunda etapa se puede observar la ampliación hasta la región de Zamora y la Cañada de los Once Pueblos, al norte del estado.

El desarrollo de la Ruta Don Vasco como un itinerario turístico cultural comienza desde su primera etapa con un diagnóstico que determina el punto de partida para el diseño de un modelo de desarrollo turístico que define los objetivos a alcanzar y de la cual emanan las estrategias de desarrollo que se plasman en dicho programa de actuación concreto. Este análisis comienza con la identificación cualitativa del mercado a la que va dirigida la ruta para evaluar desde esta perspectiva los componentes del producto: el territorio en el que se desarrolla, los recursos y atractivos en los que se apoya. La ruta se conformó territorialmente dentro de dos regiones que circunscriben ocho municipios dentro del Estado de Michoacán de Ocampo: La Zona Lacustre, donde se ubica Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Tzintzuntzan y Erongarícuaro; y La Meseta Purépecha, integrada por los municipios de Uruapan, Paracho y Los Reyes.

La segunda etapa de la Ruta Don Vasco se basa en un plan estratégico el cual se compone principalmente del diagnóstico que elabora un análisis (realizado en la primera etapa). Posteriormente el plan propone un modelo de desarrollo que formula los objetivos del programa Ruta Turística Don Vasco. Se introduce a continuación el trazado propuesto de la ruta atendiendo a la articulación de en el territorio y se hace la unificación comprendida en la primera etapa de la ruta.

La importancia que representa el programa está basada directamente en los beneficios que llanamente recibirán las localidades por las que transcurre la ruta, una zona de alta migración y bajos índices de desarrollo. El programa, dentro de sus objetivos busca paliar la situación incluyendo el acceso de las mujeres y de la población indígena a la actividad turística, además de mejorar la calidad de vida de la población local: 21 municipios, para un total de 60 localidades.

### **Perspectivas y resultados obtenidos de la Ruta Don Vasco**

El turismo es uno de los motores de la economía michoacana, los ocho millones de turistas en el año 2017, generaron una derrama económica de once millones de pesos. Como se puede suponer la oferta alojativa de la Ruta Don Vasco se concentra en los destinos de Morelia, Pátzcuaro y Uruapan que concentran el 93% del total de la capacidad hotelera de la región. Esto implica, por tanto, que las poblaciones dentro del entorno de la ruta apenas presentan un desarrollo turístico.

## **Propuestas**

### **1. Programas de política pública enfocados al turismo**

La Ruta Don Vasco como marca comercial ya cuenta con cierto reconocimiento debido a su uso por parte de numerosos negocios locales, la Ruta Don Vasco carece aún de una imagen propia. Se propone la participación de los diferentes órdenes de gobierno para efecto de apoyar de manera directa con la promoción a nivel nacional.

Otro aspecto que es indispensable señalar que el portal web aun no incorpora, es una sección específica con el desarrollo argumental de la ruta, herramientas de planificación de viaje así como la información necesaria en los distintos involucrados en dicha ruta. Se

mantiene una ligera presencia en foros y blogs de viajeros independientes, nacionales e internacionales. Se recomienda realizar la actualización de dichas páginas a nivel municipio.

## **2. Servicios de atracción turística**

Los destinos son los espacios físicos donde tiene lugar el uso de los insumos turísticos. En ellos se dan cita servicios turísticos, atracciones y recursos. El territorio por donde transcurre la Ruta Don Vasco se considera, en conjunto, un destino turístico que, además, integra a otros destinos que poseen identidades y dinámicas propias. En este mismo sentido se puede hacer alusión a que a través del programa de pueblos mágicos en el que varios de los municipios están incluidos se han realizado inversiones en mejora de la imagen urbana, vialidades y servicios, sin embargo aún no se ha integrado la Ruta Don Vasco como uno de los puntos focales de la ciudad tal como se contempla en uno de los objetivos que es mejorar la infraestructura de las comunidades receptoras. Como ya se precisó, es necesaria una importante inversión en infraestructuras básicas para que el desarrollo de la actividad turística pueda realizarse en las condiciones que se precisa.

## **3. Servicios recreativos complementarios al turismo.**

La iniciativa pública ha comenzado a trabajar en la puesta en marcha de negocios turísticos (hostales y cocinas tradicionales don vasco) como herramienta de desarrollo endógeno en algunas poblaciones, bajo distintos modelos de gestión, con la finalidad de diversificar tanto las economías locales como las opciones de consumo turístico.

En cuanto a su promoción y comercialización, alojamientos, restaurantes y empresas de actividades se pueden encontrar en el directorio de establecimientos el portal turístico del estado aunque todavía no vinculados a la ruta. La presencia de web de los establecimientos es limitada, por lo que se debe de trabajar intensamente en este aspecto.

## **4. Servicios de transporte.**

La accesibilidad está relacionada con la posibilidad de llegar a un determinado recurso con el hecho de poder transitar en cualquier medio de transporte. Es necesario tomar en

cuenta que viajar es una actividad que requiere de cierta infraestructura. Como parte de los componentes del turismo se aborda la facilidad de acceso a los recursos y destinos.

### **5. Capacitación turística**

Las estructuras de apoyo al turismo se encuentran en destinos nodales. Morelia, Pátzcuaro y Uruapan poseen oficinas de información turística y ciertos servicios. En el resto de las poblaciones, el turista carece de herramientas que apoyen su experiencia en el territorio. Se propone realizar la capacitación del personal turístico.

### **6. Infraestructura e inversión**

Aglutina las inversiones necesarias para que los destinos ubicados en la ruta puedan paulatinamente cumplir las condiciones mínimas requeridas para acoger la actividad turística. El éxito de la Ruta Don Vasco como producto turístico y palanca de cambio o progreso depende en gran medida de la implicación de diversas instancias estatales y federales para aprovechar las oportunidades. La Ruta Don Vasco debe desarrollarse con la participación del conjunto de actores implicados sobre el terreno, en particular las comunidades receptoras, el empresariado y la sociedad civil.

### **7. Calidad en infraestructura**

A nivel local, algunos destinos ya poseen cierta infraestructura de gestión turística, con las actuaciones pertinentes sobre las infraestructuras básicas en los destinos: red de carreteras, señalización vial, imagen urbana, etc.

Para el mejoramiento y equipamiento de la imagen urbana se propone la coordinación de las diferentes dependencias que coordinan los programas del ámbito turístico.

## Conclusiones y recomendaciones

En este apartado se retoma el planteamiento de investigación sobre las variables que han incidido de manera positiva en la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco, cuyo marco teórico está sostenido con un esbozo sobre los antecedentes que dieron origen al turismo y sus principales aportes, para después, conocer los diferentes sistemas turísticos que es, un elemento que van entrelazando a los distintos actores que interactúan, hasta conformarse como tales. En este mismo sentido se hace referencia a los aspectos teóricos de la competitividad.

Para precisar los diferentes conceptos que hacen referencia a la actividad turística, por lo tanto se hace necesario destinar un apartado de la revisión de la literatura, en donde se resalta principalmente los productos turísticos, ya que lo que se pretende principalmente es enfocar para contribuir al impulso de los ya existentes (Ruta Turística Don Vasco).

Derivado de la metodología propuesta, la cual se presenta en dos etapas principales: análisis de clúster jerárquico y el análisis de k-medias. En un primer momento se interpretó el dendrograma, figura que resulta del análisis de clústeres jerárquico y el cual explica gráficamente como es que se llevó a cabo la conformación de los aglomerados de los diecinueve municipios que conforman la Ruta Turística Don Vasco.

Una vez realizado el análisis de clúster jerárquico se procedió a llevar a cabo el análisis de K-de medias, en donde, basándose en los resultados reflejados en el dendrograma, se optó por trabajar con cinco clústeres.

Con base en los resultados obtenidos en este estudio, se hace recomendable señalar que es necesario poner en marcha planes de acción que coadyuven a mejorar la infraestructura turística de la región que presenta una importante vocación turística y que dicho objetivo esté contemplado en los distintos planes de desarrollo, que por su importancia va a impactar de una manera significativa a los habitantes de dichas comunidades. Es

necesario señalar que la intervención de los distintos actores que participan en el sistema turístico es imprescindible para el logro pleno y uniforme del desarrollo de la actividad turística.

Es necesario generar estrategias que permitan la diversificación de la oferta turística, para aumentar la atracción de turistas extranjeros, ya que actualmente la mayor parte de los visitantes provienen de los estados vecinos, cuando se podría aprovechar el potencial turístico de la región en estudio, esto se puede lograr con el diseño de una política de promoción y publicidad que contemple extender el mercado hacia otros países.

Es necesario realizar un estudio minucioso de los factores de competitividad utilizados en este estudio para cada uno de los municipios que integran la Ruta Turística Don Vasco, lo que permitirá identificar los principales destinos potenciales y generar estrategias integrales que faciliten la actividad turística, además de identificar los factores negativos que han incidido en la caída de las visitas de turistas extranjeros.

Derivado de los resultados obtenidos durante la investigación, sobre los factores que fueron determinantes de la competitividad de los municipios que conforman la Ruta Turística Don Vasco, se puede advertir que, es necesario generar futuras líneas de investigación tales como los que conciernen al análisis de mercados turístico y creación e innovación de productos turísticos así como el estudio del patrimonio cultural y su tratamiento como producto turístico, así como la gestión cultural en su conjunto vinculada al turismo debido a la importancia que representa, en especial esta región que comprende la ruta con una trascendencia, ya que posee una gran vocación turística.

En relación a lo antes expuesto, se puede concluir que los elementos analizados a largo de este trabajo de tesis son componentes relevantes que han contribuido a la competitividad de la Ruta Turística Don Vasco de una manera positiva ya que cada uno de ellos participa de manera activa en distintos aspectos de la competitividad, por lo que se una vez analizados los resultados es necesario plantear una serie de estrategias para incrementar la competitividad de los productos turístico que se ofertan.

## Bibliografía

(s.f.).

Acerenza, M. (2010). *Conceptos, tipos y modalidades de turismo VII. Posturismo*. Sao Pablo Brasil: Editorial Pionera.

Acerenza, M. A. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Mexico: Trillas.

Acerenza, M. A. (2009). *Competitividad de los destinos turísticos*. Mexico: Trillas.

Aguilar Villanueva, L. (1996). *La hechura de las políticas. Colección Antologías de Política Pública, Vol. II.* . México, DF: Porrúa.

Aguilar, L. (2000). *La hechura de las políticas públicas. Colección Antologías de Política*. México: Miguel Ángel Porrúa.

Alcívar Vera, I., & Bravo, O. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Alcívar Vera, Isidro & Bravo, Olga. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo* *Espirales Revista Multidisciplinaria de investigación*, Alcívar Vera, Isidro & Bravo, Olga. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo c31-44.

Bardach, E. ((2004)). *Los ocho pasos para el análisis de Políticas Públicas; un manual para la práctica*. México: CIDE.

Betancort, B., & Fernandez, M. (2002). Determinantes de la competitividad de un destino turístico: los casos de Puerto del Carmen, Costa Teguse y Playa Blanca. *Tesis de Master* . Lazarote, España: Universidad de las Palmas de Gran Canaria .

Bizquera Alzina, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La muralla.

Bouillon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.

Bouillon, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico* . Mexico : trillas.

Briones, G. ((2002,2008)). *Metodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. Editorial Trillas.

Bull, A. (1994). *La economía del sector turístico* . Madrid: Alianza.

Cano, M. (2014). *La Competitividad Turística de México en el marco del Foro de Cooperación Económica (Asia-Pacífico), APEC. Tesis de Maestría. Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo*. Morelia, Michoacan Mexico.

CESTUR. (2012). Metodología del estudio del Perfil y satisfacción del Turista. En S. d. Turismo. México : Secretaria de Turismo.

Cuervo, R. (1967). México: Departamento de Turismo del gobierno de México. México.

De la Puente, M. (2015). Dinámica del turismo de salud internacional: una aproximación cuantitativa. *Dimensión Empresarial*, 167-184.

- El turismo en el desarrollo de Michoacán. (2012). En H. Mercado Vargas , *El turismo en el desarrollo de Michoacán* (pág. 25). Mexico: Alemania.
- G.M., V. ( (2011)). *La política turística una arena de acción autónoma*. Cuadernos de turismo, n 27.
- García Cordova, F. (2004). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. Mexico : Limusa.
- Gómez , M. (2006). *Intrduccion a la metodologia científica*. Cordova: Brujas.
- Gudiño, M. (2013). *Turismo cultural en Michoacán, un análisis de impacto económico y de la satisfacción turística*. Santiago de Compostela, España: Universidad Santiago de Compostela.
- Gurria, M. (2004). *Introducción al Turismo* . México : Trillas.
- Hernández, R. F. (2006). *Metodología de la investigación (cuarta edición)*. México: Mc Graw Hill.
- Hiriart Pardo, C. A. (2016). COYUNTURA, RETOS, OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS PARA EL desarrollo de un producto turístico cultural en Mexico: La Ruta Don Vasco Michoacan. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 28.
- INEGI, G. d. ((2013-2017)). *Anuario estadístico y geográfico de Michoacán de Ocampo*. México: INEGI.
- Kerlinger, F. (s.f.). *Investigación del comportamiento*. McGraw-Hill.
- Magaña , I. (2009). La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad. *Economía, Sociedad y Territorio*, 515-544.
- Mercado , V. H. (2012). *El turismo en el desarrollo de Michoacán*. México : Alemania
- Molina, S. (1997). *Conceptualización del turismo*. México : Limusa
- Monfort, V. (1999). *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorn y Peñíscola*. Tesis doctoral. Universidad de Alicante España.
- Montes, R. (s.f.). *Diversificación de la oferta turística. Patrimonio cultural y turismo*. Cuadernos
- Morales Flores, E. (2017). Políticas públicas para el turismo sostenible en Holguín (Cuba) y Puebla (México). Una comparación de estudios de caso. *Retos de la Dirección*, 130-146.
- Naghi Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. Mexico: Limusa.
- Navarro, I. (2005). *La eficiencia del sector eléctrico de México* . Morelia: Morevallado editores.
- Navarro, I., & Zamora, A. (2013). *Competitividad municipal del turismo en Michoacán*. MORELIA: Morevalladolid
- OCDE. (2009). *El impacto de la cultura en el turismo* . Paris : OECD.

- OCDE. (2017). *Estudio de Política Turística de México*. México: OCDE .
- Orozco Alvarado, J. (2012). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Intersedes*, 150.
- Panosso, N. &. (2012). *Teoría del Turismo, conceptos, modelos y sistemas*. México : Trillas.
- Parrilla, J. C. (2006). *ResearchGate*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/28246807\\_Una\\_revisión\\_del\\_análisis\\_económico\\_del\\_turismo](https://www.researchgate.net/publication/28246807_Una_revisión_del_análisis_económico_del_turismo)
- Propin, E. S. (2007). Tipología de los destinos Turísticos preferenciales de México. Cuadernos de turismo. México.
- Propuesta de innovación del Plan de Estudios de Maestría en Administración”, t. d., & Mercado Vargas, H. (s.f.).
- Resultados de la Actividad Turística*,. (11 de agosto de 2018). Obtenido de Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo - SNIEGT: [http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-08\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-08(ES).pdf)
- Rodríguez Fariñas, R. (1992). *Organización y Técnica del Turismo*.
- Ruiz Chávez, O. (2008). Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México. *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 3-20.
- Salazar Vargas, C. (1995). Las políticas públicas. En P. U. Javeriana, *Las políticas públicas* (pág. 30). Bogotá.
- Sancho, A. (2017). Introducción al Turismo. Turismo: conceptos, definiciones. En O. M. Turismo. Madrid.
- Turismo, O. M. (2017). *Panorama OTM del turismo internacional* . Madrid: OMT-UNWTO.
- Vazquez Ramirez, D. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, 28.
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 581-585.
- Von Bertalanffy, L. (1986). *Teoría general de sistemas*. Mexico: Fondo de cultura economica.
- Zamora, A. I., & Fávila, A. (2019). Innovación de los países miembros de la OCDE. Una aproximación a través del Análisis Envoltante de Datos Network Dinámico y el Análisis de Conglomerados Jerárquicos. *Acta Universitaria Multidisciplinary Scientific Journal*, 10-12.

## Páginas de internet

Anuario estadístico y geográfico de Michoacán de Ocampo 2017  
[http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/anuarios\\_2017/702825092092.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2017/702825092092.pdf)

Secretaría de Turismo (2019). Recuperado junio de 2019.  
[http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario\\_T](http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_T) Secretaría de Turismo, (2015). Recuperado julio 2017. <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Secretaría de Turismo. Recuperado 12 de agosto de 2019  
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/TurismoEnMexico.pdf>.

Secretaría de Turismo. Recuperado 12 de agosto de 2019  
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/TurismoEnMexico.pdf>

## Anexos

### Anexo 1. Base de datos año 2015

Municipio	Var 1 Establecim iento de hospedaje total	Var 2 Cuarto s y unidad es de hospe daje total	Var 3 Establecimi entos de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas	Var 4 Establecimi entos de hospedaje categoría 3 o menos	Var 5 Cuarto s y unidad es de Hospe daje categor ía 5 y 4 estrella s	Var 6 cuartos y unidad es de Hospe daje categor ía 3 o menos	Var 7 Atenc ión turísti ca	Var 8 Parque s acuáti cos y balnea rios	Var 9 Transp orte al servici o del turism o	Var 10 Centros de convenci ones	Var 11 Centro s de enseña nza turístic a	Var 12 Módu los de auxilio o turísti co	Var 13 Tiend as de artesa nías	Var 14 Otros servici os recreati vos prestad os por el sector privado	Var 15 Otros establecimi entos que prestan servicios turísticos	Var 16 Establecimi entos preparación de alimentos y bebidas
Charapan	1	5	0	1	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cheran	2	28	0	4	0	28	0	0	0	0	0	0	12	0	12	0
Chilchota	4	34	0	2	0	34	0	2	0	0	0	0	9	0	11	0
Cuitzeo	1	10	0	1	0	10	2	0	0	0	0	0	7	0	9	0
Erongaricuario	4	34	0	4	0	34	0	0	0	0	0	0	2	0	2	1
Los reyes	8	186	1	7	10	176	6	0	0	0	0	0	7	0	13	2
Morelia	121	4 337	56	65	2 537	1 800	267	2	14	6	18	2	146	5	463	77
Nuevo Parangaricutiro	20	311	0	20	0	311	0	0	0	0	0	0	29	0	29	0
Paracho	7	132	0	7	0	132	0	0	0	0	0	0	26	0	26	0
Patzcuaro	66	1 391	16	50	364	1 027	5	0	7	1	2	1	152	3	171	15
Quiroga	12	258	1	11	51	207	2	1	0	0	0	0	234	0	237	0
Salvador Escalante	18	196	0	18	0	196	0	0	3	0	0	0	41	0	44	3
Tangamandapio	3	39	0	3	0	39	1	0	0	0	0	0	4	0	5	0
Tangancicuario	2	42	0	2	0	42	2	3	1	0	0	0	2	0	8	2
Tingambato	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
Tzintzuntzan	11	63	1	10	6	57	0	0	1	0	0	0	43	0	44	0
Uruapan	54	1 796	8	46	523	1 273	50	3	2	1	4	1	83	5	150	65
Zamora	19	819	4	15	295	524	19	0	4	1	1	1	30	1	57	4
Ziracuaretiro	2	41	0	2	0	41	0	3	0	0	0	0	0	0	3	2

## Anexo 2. Base de datos año 2017

Municipio	Var 1. Establecimiento de hospedaje total	Var 2. Cuartos y unidades de hospedaje total	Var 3. Establecimientos de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas	Var 4. Establecimientos de hospedaje categoría 3 o menos	Var 5. Cuartos y unidades de Hospedaje categoría 5 y 4 estrellas	Var 6. cuartos y unidades de Hospedaje categoría 3 o menos	Var 7. Atención turística	Var 8. Parques acuáticos y balnearios	Var 9. Transporte al servicio del turismo	Var. 10 Centros de convenciones	Var 11. Centros de enseñanza turística	Var 12. Módulos de auxilio turístico	Var 13. Tiendas de artesanías	Var 14. Otros servicios recreativos prestados por el sector privado	Var 15. Otros establecimientos que prestan servicios turísticos	Var 16. Establecimientos de preparación de alimentos y bebidas
Charapan	1	5	0	1	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cheran	2	35	1	1	27	8	0	0	0	0	0	0	12	0	12	0
Chilchota	4	34	0	4	0	34	0	2	0	0	0	0	9	0	11	0
Cuitzeo	1	10	0	1	0	10	2	0	0	0	0	0	7	0	9	0
Erongaricuario	5	44	0	5	0	44	0	0	0	0	0	0	2	0	2	1
Los reyes	8	191	1	7	10	181	6	0	0	0	0	0	7	0	13	2
Morelia	121	4 337	56	65	2 537	1 800	266	2	14	6	18	2	146	5	476	77
Nuevo Parangaricutiro	22	384	0	22	0	384	0	0	0	0	0	0	29	0	29	0
Paracho	7	100	0	7	0	100	0	0	0	0	0	0	26	0	26	0
Patzcuaro	70	1 387	18	52	462	925	5	0	7	1	2	1	152	3	178	15
Quiroga	12	258	1	11	51	207	2	1	0	0	0	0	234	0	237	0
Salvador Escalante	16	189	0	16	0	189	0	0	3	0	0	0	41	0	47	3
Tangamandapio	3	39	0	3	0	39	1	0	0	0	0	0	4	0	5	0
Tangancicuaro	2	0	0	2	0	42	2	3	1	0	0	0	2	0	9	2
Tingambato	0	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
Tzintzuntzan	11	64	2	9	11	53	0	0	1	0	0	0	43	0	45	0
Uruapan	53	1 821	9	44	549	1 272	50	3	6	1	4	1	83	5	159	65
Zamora	19	811	4	15	287	524	19	0	4	0	1	1	30	1	60	4
Ziracuaretiro	2	41	0	2	0	41	0	3	0	0	0	0	0	0	3	2

Fuente: Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas año 2017