



**UNIVERSIDAD
MICHOCANA DE SAN
NICOLÁS DE HIDALGO**



Facultad de Contaduría y Ciencias
Administrativas.

División de Estudios de Posgrado

Programa de “Doctorado en Administración”

Proyecto de investigación:

**La competitividad turística de los pueblos mágicos de México y
su relación con el PIB turístico**

Presenta:

Mtra. Miriam Edith Pérez Romero

Directora:

Dra. Martha Beatriz Flores Romero

Codirector:

Dr. José Álvarez García

Línea de investigación:

Fomento y evaluación de la competitividad empresarial

Morelia, Michoacán. Noviembre de 2022

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

En la ciudad de Morelia, Michoacán, la que suscribe *Miriam Edith Pérez Romero*, alumna del Programa de Doctorado en Administración, con matrícula 1831941D, adscrita a la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, manifiesta que es autora intelectual del presente trabajo de tesis bajo la dirección de la *Dra. Martha Beatriz Flores Romero* y codirección del *Dr. José Álvarez García*, y que cede los derechos del presente trabajo de tesis titulado *La competitividad turística de los pueblos mágicos de México y su relación con el PIB turístico* a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos, sin el permiso expreso del autor y/o director del mismo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección de correo electrónico *miromero@umich.mx*. Si el permiso se otorga, el usuario deberá citar la fuente y dar el crédito correspondiente.

ATENTAMENTE

Miriam Edith Pérez Romero
miromero@umich.mx

DEDICATORIA

A mi pareja, Donaji Jiménez Islas.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por mi vida, por todo lo que en ella ha puesto y quitado, por mostrarme que este era mi doctorado.

A mis padres por su amor, por enseñarme a alcanzar mis sueños.

A la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en especial a la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas por la oportunidad de realizar un posgrado PNP.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca otorgada para mis estudios de posgrado.

A la Dra. Martha Beatriz Flores Romero y al Dr. José Álvarez García por todas sus enseñanzas, consejos y atenciones, ustedes fueron la clave de mi formación como investigadora.

Al Dr. Cuauhtémoc Guerrero Dávalos, al Dr. Fernando Ávila Carreón y al Dr. Gerardo Gabriel Alfaro Calderón por cada uno de sus cuestionamientos durante mis presentaciones de avance de tesis, ya que ello me ayudó a crecer y a mejorar profesionalmente.

A mi tutor, el Dr. Antonio Kido Cruz, por su acompañamiento durante este proceso.

A la Dra. Irma Cristina Espitia Moreno que siempre fue guía y apoyo para todos los trámites administrativos.

A todos los doctores que me dieron clase, por compartir sus conocimientos con dedicación y entusiasmo.

A mis compañeros y amigos del doctorado, Heber y Adriana, porque siempre me brindaron su apoyo y consejo cuando lo necesitaba.

Mi más sincero agradecimiento para todos y cada uno de ustedes.

Miriam Edith Pérez Romero

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.1 ANTECEDENTES	5
1.1.1 Investigaciones acerca de la competitividad turística o de la competitividad de destinos turísticos	5
1.1.2 Investigaciones acerca de los pueblos mágicos de México	6
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.2.1 Preguntas de investigación.....	10
1.2.1.1 Pregunta general	10
1.2.1.2 Preguntas específicas	10
1.2.2 Objetivos de investigación	10
1.2.2.1 Objetivo general.....	10
1.2.2.1 Objetivos específicos	10
1.2.3 Hipótesis de investigación	10
1.2.3.1 Hipótesis general.....	11
1.2.3.2 Hipótesis específicas.....	11
1.2.4 Identificación de variables.....	11
1.2.5 Justificación	14
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	17
2.1 EL SECTOR TURÍSTICO DE MÉXICO EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL.....	17
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN DEL PIB TURÍSTICO.....	22
2.3 LOS PUEBLOS MÁGICOS DE MÉXICO.....	27
2.4 ESTUDIOS EMPÍRICOS DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y EL PIB.....	30
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO	37
3.1 GENERALIDADES DEL TURISMO	37
3.1.2 El sistema turístico.....	38
3.1.2.1 Demanda turística	38
3.1.2.2 Oferta turística	39
3.1.2.3 El proceso de venta	40
3.1.2.4 El producto turístico.....	40
3.1.2.5 La planta turística y los atractivos turísticos	40
3.1.2.6 La infraestructura	41
3.1.2.7 La superestructura.....	41
3.1.2.8 El patrimonio turístico	42
3.1.3 Formas de turismo	42
3.1.4 Modalidades del turismo	43
3.1.5 Tipologías turísticas	43
3.2 TEORÍA DE LA COMPETITIVIDAD	46

3.3 TEORÍA DE LA COMPETITIVIDAD DE DESTINO TURÍSTICO O COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	47
3.3.1 Modelos de competitividad turística.....	48
3.3.1.1 Modelo de competitividad turística de Poon	49
3.3.1.2 Modelo de competitividad del mercado turístico de Hassan	49
3.3.1.3 Modelo de competitividad de Kim	50
3.3.1.4 Modelo de competitividad turística de Health	51
3.3.1.5 Modelo de competitividad de destino de Ritchie y Crouch.....	54
3.3.1.6 Modelo de competitividad de Dwyer y Kim	57
3.3.1.7 Modelo de competitividad de los destinos turísticos de Acerenza	59
3.3.1.8 Modelo de competitividad turística de Wei-Chiang	60
3.3.1.9 Modelo para evaluar la competitividad de destinos turísticos a través de factores críticos de éxito de Alonso.....	60
3.3.1.10 Modelo de análisis de la competitividad turística de Jiménez y Aquino.....	62
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA.....	65
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	65
4.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	66
4.3 UNIVERSO DE ESTUDIO Y HORIZONTE TEMPORAL.....	66
4.4 RECOLECCIÓN DE LOS DATOS.....	66
4.5 ANÁLISIS DE LOS DATOS	71
4.5.1 Selección de la información para cada uno de los indicadores.....	71
4.5.2 Medición del nivel de competitividad turística de los Pueblos Mágicos.....	72
4.5.3 Calculo del PIB Turístico de los Pueblos Mágicos	75
4.5.4 Determinación de la relación entre Competitividad Turística y PIB Turístico de los Pueblos Mágicos.....	76
4.5.5 Software estadístico	76
CAPÍTULO V. RESULTADOS.....	77
5.1 LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LOS PUEBLOS MÁGICOS	77
5.2 EL PIBT DE LOS PUEBLOS MÁGICOS	108
5.3 RELACIÓN DEL PIBT Y EL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	111
5.4 CONTRASTE DE HIPÓTESIS.....	117
5.5. TEORÍA DE EFECTOS OLVIDADOS	118
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	133
6.1 CONCLUSIONES.....	133
6.2 RECOMENDACIONES	136
6.3 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	137
REFERENCIAS	139
ANEXOS.....	153

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de identificación de variables de estudio	12
Tabla 2. Los 10 destinos turísticos más importantes a nivel mundial de acuerdo a llegadas de turistas (en millones de turistas)	18
Tabla 3. Los 16 destinos turísticos más importantes a nivel mundial de acuerdo al ingreso de divisas (en miles de millones de dólares)	19
Tabla 4. Los 10 principales países con llegadas de turistas a México por vía aérea y por país de residencia durante enero a octubre de 2019.....	21
Tabla 5. Los 10 principales aeropuertos de México en función del número de llegadas de pasajeros internacionales	21
Tabla 6. Estudios empíricos que abordan el tema de competitividad turística y su efecto en la economía.....	32
Tabla 7. Dimensiones y componentes del Modelo Factores Críticos de Éxito de Alonso...	61
Tabla 8. Dimensiones, sub-dimensiones e indicadores de la variable independiente	67
Tabla 9. Indicadores de la variable dependiente.....	71
Tabla 10. Determinante de la matriz de correlación.....	79
Tabla 11. Prueba de esfericidad de Bartlett	80
Tabla 12. Índice KMO y su interpretación	80
Tabla 13. Prueba de esfericidad de Bartlett con 30 variables.....	82
Tabla 14. Prueba de esfericidad de Bartlett con 29 variables.....	83
Tabla 15. Interpretación de las cargas en los factores	89
Tabla 16. Cargas factoriales del primer factor	96
Tabla 17. Cargas factoriales del segundo factor.....	97
Tabla 18. Cargas factoriales del tercer factor	98
Tabla 19. Dimensiones, subdimensiones e indicadores finales de la variable Competitividad Turística	99
Tabla 20. Top 10 de los Pueblos Mágicos de México en el Índice de Competitividad Turística.....	101
Tabla 21. Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor competitividad en el factor de los recursos creados (factor 1).	104
Tabla 22. Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor competitividad en el factor de los recursos heredados y creados (factor 2).	106
Tabla 23. Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor competitividad en el factor de los recursos de apoyo, heredados y creados (factor 3).	107
Tabla 24. Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor PIBT estimado.....	110
Tabla 25. Top 10 de los Pueblos Mágicos de México en el Índice de Competitividad Turística y su aportación al PIBT	112
Tabla 26. Causas y efectos a analizar	119
Tabla 27. Escala endecadaria.....	120

Tabla 28. Matriz de causa-efecto. Relación directa.....	120
Tabla 29. Matriz de relaciones entre las subdimensiones de la Competitividad Turística.	121
Tabla 30. Matriz de relaciones entre las actividades económicas que conforman el PIBT	121
Tabla 31. Matriz de incidencias de primer orden	122
Tabla 32. Matriz de incidencias de segundo orden.	122
Tabla 33. Matriz de efectos olvidados	123
Tabla 34. Principales efectos olvidados	124
Tabla 35. Matriz de congruencia metodológica entre preguntas, objetivos e hipótesis de investigación	153
Tabla 36. Pueblos mágicos por estado y por año en qué reciben su nombramiento	155
Tabla 37 . Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos de México, tabla completa.....	159
Tabla 38. Actividades características del turismo en México	165
Tabla 39. Unidades económicas, personal ocupado total y producción bruta total de los Pueblo Mágicos de México	169

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de los pueblos mágicos en México.....	9
Figura 2. Evolución de las llegadas de turistas a México de 1993 a 2018	18
Figura 3. Evolución de los ingresos por divisas a México de 1993 a 2018.....	20
Figura 4. Evolución del gasto promedio de turistas en México de 2007 a 2017	22
Figura 5. Componentes del PIB turístico.....	24
Figura 6. Datos históricos del PIBT de México	25
Figura 7. Crecimiento histórico del PIBT y PIB de México	26
Figura 8. Evolución del PIBT de México por rubro de 1994 a 2017	26
Figura 9. Distribución porcentual de los pueblos mágicos por región	28
Figura 10. Nombramientos de pueblo mágico otorgados por año.....	28
Figura 11. Número de pueblos mágicos por entidad federativa	29
Figura 12. El sistema turístico, los elementos e interacciones que lo conforman	38
Figura 13. Modelo de competitividad de mercado turístico de Hassan.....	50
Figura 14. Modelo de competitividad de Kim.....	51
Figura 15. Modelo de competitividad de destino de Health.....	52
Figura 16. Modelo de competitividad de destino de Ritchie y Crouch	57
Figura 17. Modelo de competitividad de los destinos turísticos de Dwyer y Kim.....	58
Figura 18. Modelo de competitividad turística de Jiménez y Aquino	63
Figura 19. Proceso metodológico para la recolección y análisis de datos.....	72
Figura 20. Gráfico de correlaciones entre las variables.....	79
Figura 21. Resultado obtenidos en la prueba KMO	81
Figura 22. Gráfico de correlaciones entre las 30 variables.....	82
Figura 23. Resultados de la prueba KMO con 30 variables	83
Figura 24. Gráfico de correlaciones entre las 29 variables.....	84
Figura 25. Resultados de la prueba KMO con 29 variables	84
Figura 26. Gráfico de sedimentación.....	85
Figura 27. Eigenvalores y número de factores mediante la función “fa.parallel”	86
Figura 28. Extracción de factores	87
Figura 29. Rotación de factores	89
Figura 30. Gráfico de correlaciones con 18 variables	90
Figura 31. Resultados de la prueba KMO con 18 variables.	90
Figura 32. Eigenvalores y resultado de la función “fa.parallel” con 18 variables	91
Figura 33. Gráfico de sedimentación con 18 variables	91
Figura 34. Cargas factoriales después de la rotación.....	92
Figura 35. Gráfico de correlación con 17 variables.....	93
Figura 36. Resultados de la prueba KMO con 17 variables	93
Figura 37. Eigenvalores y resultado de la función “fa.parallel” con 17 variables	94
Figura 38. Gráfico de sedimentación con 17 variables	94

Figura 39. Cargas de los factores rotados.....	96
Figura 40. Regresión lineal entre la Producción Bruta Total y el Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos de México	113
Figura 41. Regresión lineal entre la Producción Bruta Total y los factores que conforman el Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos de México	113
Figura 42. Gráfica de la función del PIBT a partir del ICT.....	114
Figura 43. Gráfica de la función del PIBT a partir de los factores del ICT.	115
Figura 44. Regresión lineal entre la Competitividad Turística y el número de años en el programa de los Pueblos Mágicos de México	116
Figura 45. Gráfica de la función del ICT a partir de los AÑOS.....	116
Figura 46. Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 1	125
Figura 47. Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 2	125
Figura 48. Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 3	126
Figura 49. Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 4	126
Figura 50. Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 1	127
Figura 51. Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 2	127
Figura 52. Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 3	128
Figura 53. Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 4	128
Figura 54. Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 5	129
Figura 55. Efecto olvidado en la relación accesibilidad al destino (causa) con los servicios de fotografía y videgrabación (efecto).....	129
Figura 56. Efecto olvidado en la relación infraestructura general (causa) con los servicios de fotografía y videgrabación (efecto).....	130
Figura 57. Efecto olvidado en la relación servicios complementarios al turismo (causa) con los servicios de fotografía y videgrabación (efecto).....	130
Figura 58. Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con comercio al por menor (efecto).....	131

Resumen

Los pueblos mágicos en su búsqueda de ser un instrumento de impulso al turismo de las localidades mexicanas, se enfrentan a destinos turísticos tanto nacionales como internacionales altamente competitivos. Para plantear estrategias que permitan hacer frente a la competencia e incidir en el desarrollo económico, es necesario primeramente analizar y entender la competitividad de estos destinos turísticos y su aportación al PIB. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y su relación con el PIB turístico que generan, para plantear las directrices básicas que guíen sus estrategias dentro del mercado turístico. Se determinó la competitividad turística de los pueblos mágicos a partir de los recursos heredados, creados y de apoyo, también se estimó el PIB turístico de estos destinos y se encontró una relación positiva entre las variables competitividad turística y PIB turístico de dichos destinos turísticos mexicanos.

Palabras clave: turismo, competitividad de destino, México, producto interno bruto, distintivo pueblo mágico

Abstract

The magical towns, in their search to be an instrument of impulse to the tourism of the Mexican localities, face highly competitive national and international tourist destinations. In order to propose strategies to face competition and influence economic development, it is first necessary to analyze and understand the competitiveness of these tourist destinations and their contribution to GDP. The objective of this research is to determine the tourist competitiveness of the magical towns of Mexico and their relationship with the tourist GDP that they generate, in order to establish the basic guidelines that guide their strategies within the tourism market. The tourist competitiveness of the magical towns was determined from the inherited, created and support resources, the tourism GDP of these destinations was also estimated and a positive relationship was found between the variables tourism competitiveness and tourism GDP of said Mexican tourist destinations.

Introducción

Las tendencias que se experimentan en el mercado en materia turística convierten en necesidad el plantear procesos de renovación de los destinos y elevar su competitividad. En México, el desarrollo de los destinos turísticos se encuentra limitado al no existir condiciones de competitividad, particularmente en los pueblos mágicos se desconoce cuál es su nivel de competitividad turística y los factores que la determinan, así como la aportación que hacen dichos destinos al PIB y la relación competitividad turística – PIB turístico.

Por lo anterior, se ha planteado la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y el PIB turístico que generan? Para dar respuesta a esta interrogante, el objetivo que se persigue es determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y su relación con el PIB turístico que generan, ya que comprender la competitividad de un destino es el punto de partida para el desarrollo de estrategias dirigidas a su mejora.

El presente documento muestra en su capítulo 1 los fundamentos de investigación que incluyen los antecedentes en el tema de competitividad turística, así como de los pueblos mágicos; el planteamiento del problema que contempla las preguntas de investigación, los objetivos, las hipótesis y la identificación de variables. Este primer capítulo cierra con la justificación del estudio.

En los capítulos 2 y 3 se presentan los fundamentos referenciales y teórico–conceptuales que se contemplan en la investigación, se contextualiza el sector turístico mexicano a nivel nacional e internacional, se describe el PIB turístico, además de que se identifican y describen a los pueblos mágicos como objeto del presente estudio, se muestran los estudios empíricos realizados sobre la competitividad turística y el PIB. Posteriormente se examinan las generalidades del turismo, seguidas de los fundamentos teóricos de la competitividad y de la competitividad turística. Se cierra el capítulo 3 con diferentes propuestas de evaluación y explicación de la competitividad de destino plasmadas en modelos.

En el capítulo 4 se explica la metodología a seguir en esta investigación. Se inicia presentando el tipo de estudio, seguido del método de investigación, a continuación, se indica el universo de estudio junto con el horizonte temporal. Se establece un apartado que detalla las fuentes para la recolección de datos y finalmente, se presentan las técnicas y herramientas

estadísticas a utilizar para determinar la competitividad turística y el PIB Turístico de los Pueblos Mágicos, así como para evaluar la relación entre dichas variables.

El capítulo 5 presenta los resultados obtenidos, aquí podrá encontrar el desarrollo del análisis factorial exploratorio que se realizó, así mismo el índice de competitividad turística de los Pueblos Mágicos de México. También encontrará la aproximación del PIB Turístico de los Pueblos Mágicos, obtenido a partir de la información que pone a disposición el INEGI en el Sistema Automatizado de Información Censal. Cierra el capítulo mostrando la relación existente entre la Competitividad Turística y el PIB Turístico de los Pueblos Mágicos.

Por último, el capítulo 6 muestra las conclusiones, así como las recomendaciones para los responsables del programa pueblos mágicos y finalmente se indican las futuras líneas de investigación que se han visualizado. El documento termina presentado la bibliografía utilizada y los anexos, entre los que se encuentra el índice de competitividad turística de todos los destinos turísticos que tienen la denominación Pueblo Mágico.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito del presente capítulo es dar a conocer la estructura de la investigación. Se han integrado algunos de los trabajos desarrollados sobre competitividad turística y los pueblos mágicos en el apartado de antecedentes. Enseguida se indica el planteamiento del problema que contempla las preguntas de investigación. A continuación, se muestran los objetivos, las hipótesis y las variables de estudio. Se cierra el capítulo presentando la justificación del estudio.

1.1 Antecedentes

1.1.1 Investigaciones acerca de la competitividad turística o de la competitividad de destinos turísticos

La competitividad turística como línea de investigación, presenta un interesante avance en la actualidad, siendo uno de sus campos principales la determinación de los componentes que la inciden (Sánchez, 2012) y su relación con variables como el desempeño turístico. En este sentido existen diversos estudios a nivel mundial desde distintas perspectivas, algunos trabajos son los realizados por Hanafiah y Zulkifly (2019) para las 115 naciones que conforman el índice de competitividad de viajes y turismo, Armenski *et al.* (2017) en Serbia, Andradres y Dimanche (2017) en Rusia, Amaya *et al.* (2017) en México, García y Siles (2015a), así como Rodrigues y Carrasqueira (2011) en España, Decasper (2014) en Argentina, Cucculelli y Goffi (2016) en Italia, Castellanos *et al.* (2014) en Cuba, Leung y Baloglu (2013) en países asiáticos, Bolaky (2011) en el caribe, Gandara *et al.*, (2012) y Pascarella y Fontes (2010) en Brasil, por mencionar algunos.

Particularmente, Pulido y Sánchez (2010) llevaron a cabo un estudio sobre la correspondencia entre las variables competitividad turística y grado de crecimiento turístico de los países. Los resultados obtenidos ponen en manifiesto la existencia de una correlación positiva entre las dos variables del estudio, la competitividad turística de un país y su grado de crecimiento turístico, concluyendo que a mayor competitividad turística es mayor la aportación al incremento turístico del país y, efecto seguido, a su desarrollo económico.

1.1.2 Investigaciones acerca de los pueblos mágicos de México

Pueblos mágicos es un programa enfocado a la política turística que actúa directamente sobre aquellos pueblos mexicanos que a través del tiempo y ante la modernidad, han conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural, la cual manifiestan en su variedad de expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible (SECTUR, 2018). Los pueblos mágicos han buscado ser un instrumento de impulso a la actividad turística de pequeñas localidades, por tanto, se han convertido en objeto de estudio desde diversas ramas del conocimiento, en lo individual como en su conjunto. Algunos de los trabajos de investigación que han estudiado a los pueblos mágicos son los siguientes:

- Madrid (2019) realizó un estudio sobre los efectos de la implementación del programa pueblos mágicos a 15 años del surgimiento. Señala que se espera un proceso de consolidación en los próximos años en virtud de su aceptación en el mercado y los incentivos que encuentran los gobiernos locales y estatales.
- Winiarczyk-Razniak y Razniak (2019) escribieron un artículo cuyo objetivo es presentar el programa Pueblos Mágicos, así como presentar sus fortalezas y debilidades, junto con una propuesta para continuar su operación.
- Muñoz (2019) elaboró el artículo “participación ciudadana y patrimonio cultural en la planificación turística de los pueblos mágicos (México): alcances y limitaciones”, dónde aborda la participación ciudadana en el programa desde un plano discursivo y otro de acción, concluye expresando la necesidad de transformar a los actores sociales en sociedad civil, empezando por fortalecer la identidad local de las comunidades.
- Shaadi y Pulido (2018) buscaron señalar el ciclo de vida de los Pueblos Mágicos de México. Encontraron que el menor porcentaje de los pueblos se encuentran en la etapa de consolidación y que la generalidad se sitúan en la etapa de desarrollo; además que las estrategias competitivas elaboradas por los pueblos mágicos en fase de consolidación, se asocian a la gestión, recursos de soporte, así como recursos y atractivos primordiales.
- Shaadi *et al.*, (2017) en otro estudio llevaron a cabo una caracterización del producto turístico que ofrecen los pueblos mágicos para valorar si se comprenden las categorías que técnicamente los conforman, el fin de ello es el de facilitar el esbozo de

estrategias que aporten la alineación del producto que se ofrece al mercado y al aumento de la competitividad de dichos destinos.

- Rodríguez *et al.*, (2017) analizaron la dinámica relacional en un destino con la denominación de pueblo mágico, así como los impactos que este ha generado, lo cual es útil para el planteamiento de propuestas que medren las políticas públicas dirigidas al impulso del turismo en pequeñas localidades.
- Bustingorry (2015) analizó la relación entre el programa Pueblos Mágicos y las políticas del estado federal mexicano en relación al turismo, abordando los mecanismos a través de los cuáles se constituyen estos pueblos como patrimonio cultural, natural e histórico. Concluye que el proceso de patrimonialización de los pueblos mágicos obedece a mecanismos como la sacralización de la externalidad cultural y la puesta en valor.
- Landeros *et al.*, (2015) determinaron la eficacia del programa Pueblos Mágicos, a través de la capacidad operativa versus la eficiencia vista desde los aspectos socio – culturales, económicos, políticos o ambientales trascendentes del programa. Los resultados mostraron la contribución relativa del programa pueblos mágicos a la diversificación de la oferta turística, así como el distintivo de una marca que no solventa por sí solo la práctica turística, por lo que se requiere considerar condiciones de infraestructura, instalaciones, accesibilidad.

1.2 Planteamiento del problema

En las seis últimas décadas el turismo ha vivido un constante florecimiento y multiplicidad, transformándose en uno de los sectores económicos de importante prestigio y evolución a nivel mundial (Organización Mundial del Turismo – OMT-, 2017); ofrece la oportunidad de generar empleos, acrecentar los mercados en donde interviene pequeñas y medianas organizaciones, además de salvaguardar la demasía tanto natural como cultural de las naciones (Plan Nacional de Desarrollo -PND- 2013-2018), representa una sólida alternativa para lograr el crecimiento económico y el bienestar social de los países alrededor del mundo, pero principalmente de aquellos con menor desarrollo (Sánchez, 2012).

Las nuevas tendencias de mercado en los destinos turísticos y el propio ciclo de vida de éstos conducen a la necesidad de plantear y acometer procesos de renovación (Vera y Baños,

2010), además que los recursos que hoy posicionan a un destino como el más competitivo pueden no tener importancia alguna en el futuro (Pascarella y Fontes, 2010). Por ello, para lograr que el turismo sea un componente del desarrollo económico, se requiere de la competitividad turística como instrumento clave (Miguel et al. 2014; Sánchez, 2012; Pulido y Sánchez, 2010), además de que ofrece la oportunidad de que los países se mantengan como líderes en la actividad turística (Ibáñez, 2011) o que obtengan una categoría apropiada según sus atractivos (Leung y Baloglu, 2013).

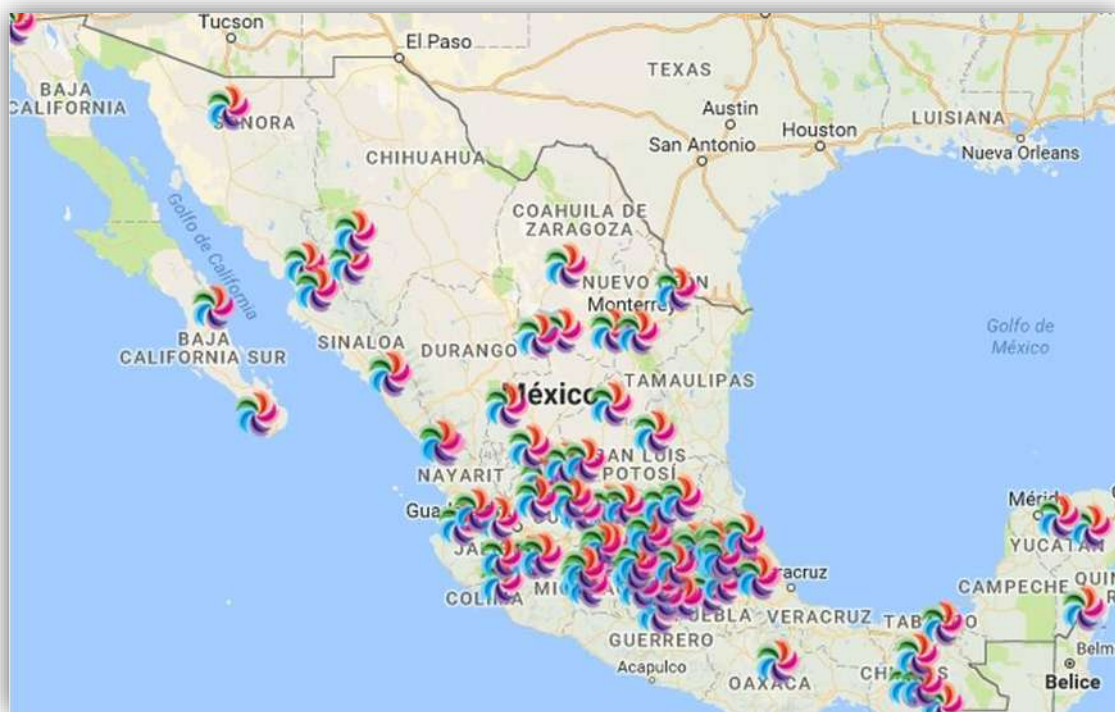
México ocupa el octavo lugar en el ranking de los destinos con mayores llegadas de turistas internacionales y el decimocuarto en el ranking de ingresos por el turismo internacional (OMT, 2017), se ubica en la posición 22 de 136 economías evaluadas en cuanto a competitividad de viajes y turismo (World Economic Forum -WEF-, 2017). A pesar de lo anterior, el desarrollo de los destinos turísticos mexicanos se encuentra limitado al no existir condiciones de competitividad, lo que frena la atracción de mayores flujos turísticos y el logro de estancias más largas por parte de los turistas (Noyola, 2016). Cabe mencionar también que México se encuentra bien posicionado en el segmento de sol y playa, pero deja de lado otras oportunidades como el turismo cultural, ecoturismo, de aventura, de salud, deportivo, de lujo, de negocios, reuniones y de cruceros (PND 2013-2018).

Uno de los programas que se desarrolló en México sobre política turística es el programa de pueblos mágicos, el cual actúa directamente sobre aquellos pueblos que a través del tiempo y ante la modernidad, han conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural; y la manifiestan en su variedad de expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible; lo que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (SECTUR, 2018).

Los pueblos mágicos ofrecen una oferta turística complementaria y diversificada hacia el mercado (Centro de estudios sociales y de opinión pública, 2017). Durante los 20 años de vigencia del programa, se han otorgado un total de 132 nombramientos como pueblo mágico, de los cuales 26 se distribuyen en la región norte, 85 en la región centro y 21 en la región sur, en la Figura 1 se puede observar la distribución de los pueblos mágicos a lo largo del país. Dichos destinos se enfrentan a un creciente número de competidores, tanto nacionales como internacionales, situación que exige gestionar de forma efectiva sus recursos y las capacidades disponibles.

Figura 1.

Distribución de los pueblos mágicos en México



Fuente: Adaptada de Pueblos Mágicos [Fotografía], (2022).

Comprender la importancia y valor del turismo en la economía mundial ha hecho que el turismo pueda contribuir a la competitividad de una región y permitir que los gerentes consideren los pasos que pueden dar para garantizar ventajas sobre otras regiones (García y Siles, 2015a). En este mismo sentido, ante la diversidad de destinos turísticos y clientes cada vez más exigentes, sensibilizados por el medio ambiente y la diversidad cultural, se convierte en una necesidad desarrollar destinos competitivos capaces de satisfacer la demanda de una manera sostenible, así como aumentar la participación en el mercado en equilibrio con la explotación eficaz (Saavedra, 2012; Ávila, 2011).

Por lo anterior, el **problema identificado es:**

Se desconoce la competitividad de los pueblos mágicos como destinos turísticos, así como su relación con el PIB turístico generado por los mismos y es a través del estudio, análisis y entendimiento de la competitividad turística que se facilita el establecimiento de estrategias idóneas para alcanzar un desarrollo económico.

1.2.1 Preguntas de investigación

1.2.1.1 *Pregunta general*

¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y el PIB turístico que generan?

1.2.1.2 *Preguntas específicas*

- 1.- ¿Cuál es el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México?
- 2.- ¿Son los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo factores determinantes del nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México?
- 3.- ¿Cuál es el PIB turístico de los pueblos mágicos de México?

1.2.2 Objetivos de investigación

1.2.2.1 *Objetivo general*

Determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y su relación con el PIB turístico que generan, para plantear las directrices básicas que guíen sus estrategias dentro del mercado turístico.

1.2.2.1 *Objetivos específicos*

- 1.- Medir el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México.
- 2.- Analizar si los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo son factores que determinan el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México.
- 3.- Calcular el PIB turístico de los pueblos mágicos de México.

1.2.3 Hipótesis de investigación

Derivado de las preguntas y objetivos de la investigación, se han formulado las siguientes hipótesis:

1.2.3.1 Hipótesis general

El PIB turístico de un pueblo mágico se ve influenciado positivamente por la competitividad turística del mismo.

1.2.3.2 Hipótesis específicas

- 1.- Los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los de mayor número de años en el programa.
- 2.- Los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo contribuyen a determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos.
- 3.- Los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los que generan más PIB turístico.

En la Tabla 35, ubicada en los anexos, se presenta la congruencia metodológica entre preguntas, objetivos e hipótesis que se han planteado para la presente investigación.

1.2.4 Identificación de variables

Las variables objeto de estudio en este trabajo de investigación se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1.

Matriz de identificación de variables de estudio

VARIABLES	DEFINICIÓN DE VARIABLES	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIÓN
Variable independiente	<p>Competitividad turística</p> <p>Se define como la facultad que tiene un destino de establecer, constituir y brindar experiencias turísticas, comprendidos tanto los bienes como los servicios de valor agregado que los turistas consideran importantes (Wei – Chiang, 2009).</p>	Recursos heredados (Dwyer y Kim, 2003; Sánchez, 2006)	<p>1.- Recursos naturales (Sánchez, 2006; Andrades y Dimanche, 2017; Amaya <i>et al.</i>, 2017; García y Siles, 2015a; García y Siles, 2015b; Leung y Baloglu, 2013; Díez, 2012; Bolaky, 2011, Navarro y Zamora, 2013)</p> <p>2.- Recursos culturales (Sánchez, 2006; Andrades y Dimanche, 2017; Amaya <i>et al.</i>, 2017; García y Siles, 2015a; García y Siles, 2015b; Molina <i>et al.</i>, 2014; Leung y Baloglu, 2013; Díez, 2012; Rodrigues y Carrasqueira, 2011; Bolaky, 2011; Navarro y Zamora, 2013)</p>
		Recursos creados (Dwyer y Kim, 2003; Sánchez, 2006)	<p>1.- Infraestructura turística. (Sánchez, 2006; López <i>et al.</i>, 2017; Andrades y Dimanche, 2017; Amaya <i>et al.</i>, 2017; García y Siles, 2015a; Cucculelli y Goffi, 2016; Miguel <i>et al.</i>, 2014; Castellanos <i>et al.</i>, 2014; Díez, 2012; Rodrigues y Carrasqueira, 2011; Caro <i>et al.</i>, 2011; Bolaky, 2011; Pascarella y Fontes, 2010; Alonso, 2010; Navarro y Zamora, 2013)</p> <p>2.- Eventos (Amaya <i>et al.</i>, 2017; García y Siles, 2015b; Cucculelli y Goffi, 2016; Pascarella y Fontes, 2010; Sánchez, 2006; Navarro y Zamora, 2013)</p> <p>3.- Servicios complementarios al turismo (Sánchez, 2006; Andrades y Dimanche, 2017; Amaya <i>et al.</i>, 2017; Leung y Baloglu, 2013; Rodrigues y Carrasqueira, 2011; Miguel <i>et al.</i> 2014; Alonso, 2010; Navarro y Zamora; 2013)</p>

Variables	Definición de variables	Dimensiones	Sub-dimensión
		Recursos de apoyo (Dywer y Kim, 2003; Sánchez, 2006; García y Siles, 2015a; García y Siles, 2015b; Castellanos <i>et al.</i> , 2014; Alonso, 2010)	<p>1.- Infraestructura general (Sánchez, 2006; López <i>et al.</i>, 2017; Andrades y Dimanche, 2017; Amaya <i>et al.</i>, 2017; García y Siles, 2015a; Cucculelli y Goffi, 2016; Miguel <i>et al.</i>, 2014; Castellanos <i>et al.</i>, 2014; Díez, 2012; Rodrigues y Carrasqueira, 2011; Caro <i>et al.</i>, 2011; Bolaky, 2011; Pascarella y Fontes, 2010; Alonso, 2010; Navarro y Zamora; 2013)</p> <p>2.- Accesibilidad del destino (Sánchez, 2006; Amaya <i>et al.</i>, 2017; Miguel <i>et al.</i>, 2014; Pascarella y Fontes, 2010; Alonso, 2010; Navarro y Zamora; 2013)</p>
Variable dependiente	<p>PIB turístico</p> <p>Es el valor del mercado de todos los bienes y servicios finales producidos por los factores de producción ubicados en el país en el sector turístico en el transcurso de un año (Astudillo, 2012)</p>		<p>PIB en millones de pesos (INEGI, 2018).</p> <p>PIB turístico en % del PIB (INEGI, 2018).</p>

Fuente: elaboración propia.

1.2.5 Justificación

La competitividad de un destino tiene considerables implicaciones para toda la industria turística, lo que la convierte en un objetivo de gran interés para los agentes públicos y privados del turismo (Sánchez, 2012). La medición de la competitividad es una necesidad primordial (Gandara *et al.*, 2013) cuya importancia y utilidad radican en ser una herramienta para la clasificación de los destinos turísticos y la formulación de políticas (Mendola y Volo, 2017; Amaya *et al.*, 2017). Se necesitan estrategias que impulsen la competitividad del sector turístico (Armenski *et al.*, 2017) y potencien las capacidades propias para alcanzar un desarrollo sostenible en el tiempo (Granados *et al.*, 2016).

Los destinos turísticos, vistos como actividad económica, contribuyen en el desarrollo de las regiones marginadas y con pocas oportunidades de crecimiento, cuya base es el desarrollo equitativo, seguido tanto de la adecuación como de la creación de infraestructura que apoye a la economía, así como al uso eficiente de los recursos naturales para la producción de bienes y servicios (Montaño *et al.*, 2012). Es entonces que una ciudad o destino no sólo debe tener ventajas comparativas, también necesita ventajas competitivas, además de contar con variedad de productos y servicios turísticos gestionados de forma eficiente (Molina *et al.* 2014).

Una mayor competitividad turística favorece un mayor crecimiento turístico de los destinos, permite la mejora del bienestar y genera desarrollo económico (García y Siles, 2015a). Para consolidar al sector turístico como un instrumento de creación de fuentes de empleo y de riqueza en una región, que a su vez contribuya al bienestar de sus habitantes, se tendría que lograr que el destino sea atractivo, generando una diligente demanda turística que a su vez favorezca el flujo de bienes y servicios producidos por el mismo, existiendo una relación directa entre el número de visitantes internacionales y la competitividad turística (Pulido y Sánchez, 2010).

Por las razones anteriormente mencionadas es que la competitividad turística ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones y esta no es la excepción. Con el desarrollo de este trabajo se pretende evaluar la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y la relación que tiene con el PIB turístico generado por los mismos, ya que se sabe que la captación de elevadas cuotas de mercado turístico está fuertemente condicionada por el nivel

de competitividad que posee el destino turístico (Sánchez, 2006). Se busca además que los resultados obtenidos den la pauta para plantear las políticas de desarrollo para los pueblos mágicos de México y se obtenga conocimiento del vínculo entre competitividad turística y PIB turístico en los pueblos mágicos.

Esta investigación se considera conveniente derivado que aborda un área del conocimiento, la competitividad turística, la cual se muestra como herramienta necesaria para convertir al turismo en un elemento de desarrollo económico (Sánchez, 2012). Además, que son poco más de un centenar de localidades con el distintivo Pueblo Mágico y pretender dirigitas bajo esta marca requiere una gestión basada en la planeación que a su vez contemple las tendencias de la competitividad en la actualidad (Shaadi y Pulido, 2018). Para que los países y/o destinos obtengan una posición favorable en el cambiante mercado del turismo mundial la competitividad de los destinos es un concepto crítico (Leung y Baloglu, 2013).

A pesar de que en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 no se hace particular mención al programa Pueblos Mágicos (Gobierno de México, 2019), esta denominación continúa para los 121 destinos que la obtuvieron al 2018 y recientemente se otorgaron 11 nuevas denominaciones, llegando a un total de 132. También se han realizado tanto eventos como acciones para seguir promoviendo a los pueblos mágicos, ejemplo de ello son el tianguis virtual de Pueblos Mágicos (SECTUR, 2019) y la creación del museo nacional de Pueblos Mágicos que se inauguró el 12 de septiembre de 2020 en Calvillo, Aguascalientes (El Universal, 2019).

Finalmente, como lo señala Madrid (2019) esta abierta la puerta para que la producción académica sobre esta iniciativa pública siga con un importante ritmo en los próximos años, con propuestas para acompañar la consolidación y expansión de los pueblos mágicos, al tiempo que propicien aportaciones para un conocimiento del fenómeno turístico. Además, dicho programa de promoción turística, ha comenzado a ser replicado por otras naciones de América como Argentina, Colombia, Panamá, Guatemala, Bolivia, Paraguay, Ecuador, Perú, Chile, Honduras y Salvador (Lemus, 2017; De la Rosa, 2012).

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

Las bases referenciales que se contemplan en esta investigación se despliegan en el presente capítulo, en el cual se muestra el sector turístico mexicano en el contexto internacional, seguido de la descripción del PIB y en particular del PIB turístico, así como de la identificación y descripción de los pueblos mágicos, finalizando con la presentación de los estudios empíricos que se han realizado a nivel mundial sobre la competitividad turística y su impacto económico medido a través del PIB.

2.1 El sector turístico de México en el contexto internacional

La actividad turística se ha convertido en uno de los sectores económicos con notable trascendencia y progresión en el mundo en las últimas seis décadas. De acuerdo a datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) las llegadas de turistas han pasado de 25 millones en 1950 a 1,403 millones en 2018 y los ingresos en dólares por el turismo han pasado de 2,000 millones en 1950 a 1,448,000 millones en 2018. Cabe mencionar que los ingresos del turismo se reflejan principalmente en alojamiento, comida, bebida, ocio y compras de artesanías del lugar.

México se encuentra en la región de las Américas, segunda región con el mejor desempeño en el ranking de viajes y turismo, solo después de Europa, pero a diferencia de esta última que depende en su mayoría de sus recursos culturales, la región de las Américas depende en su mayoría de sus recursos naturales. Particularmente, en la subregión de América del Norte se observaron resultados sólidos en México y Canadá (SECTUR, 2018); en lo que respecta al índice de competitividad de viajes y turismo 2017, México ocupa la primera posición junto con Brasil de la región de las Américas.

El reporte de competitividad en viajes y turismo en 2017 de The World Economic Forum (WEF), señala que México se ubica en la posición 22 de 136 de las economías evaluadas con un puntaje de 4.54, destacando en recursos naturales, culturales y viajes de negocios; las recomendaciones que se hicieron a México para seguir mejorando su posición competitiva se encuentran en las categorías de seguridad y protección, sostenibilidad del medio ambiente y especial cuidado en el indicador de especies amenazadas.

En cuanto al indicador de llegadas de turistas, México para el año 2018 ocupó la séptima posición en el ranking de turismo internacional que emite la OMT con un total de 41.4 millones de llegadas de turistas solo después de Francia, España, Estados Unidos, China, Italia y Turquía como se observa en la Tabla 2, con un crecimiento del 5.34% con respecto al último año. En la Figura 2 se puede observar la evolución de las llegadas de turistas a México tanto en millones de turistas como en el crecimiento en porcentaje.

Tabla 2.

Los 10 destinos turísticos más importantes a nivel mundial de acuerdo a llegadas de turistas (en millones de turistas)

Ranking	País	Llegadas de turistas
1	Francia	n. d.
2	España	82.8
3	Estados Unidos	n. d.
4	China	62.9
5	Italia	62.1
6	Turquía	45.8
7	México	41.4
8	Alemania	38.9
9	Tailandia	38.3
10	Reino Unido	n. d.
	Total mundial	1403

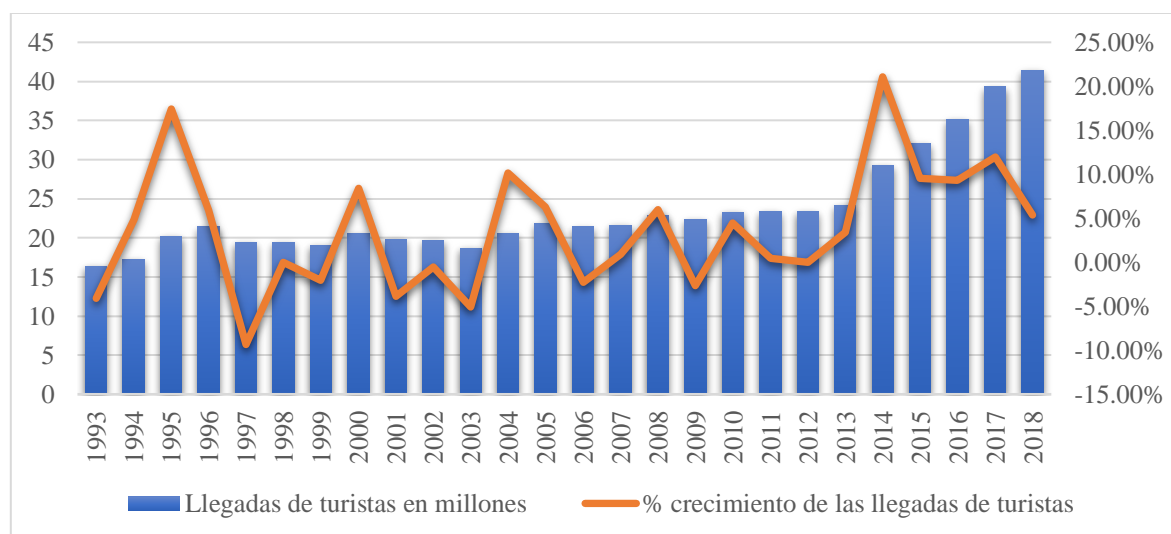
Fuente: Secretaría de Turismo (2020).

Abreviaciones: n. d. = dato no disponible.

En la Figura 2, también se puede observar que México ha tenido años en los que el sector turístico ha decrecido como los fueron los años 1993, 1997, 1999, 2001, 2002, 2003, 2006 y 2009. De igual manera, se observa que los años con el mayor crecimiento fueron 1995, 2004, 2014 y recientemente el 2017. En los últimos 25 años, México siempre ha estado presente en la lista de los 15 países con mayores llegadas de turistas, la mejor posición la ocupó en el 2017 y la peor posición (15 posición) en el 2013. La aportación promedio de México a las llegadas de turistas del mundo en los últimos 26 años es de 2.83%.

Figura 2.

Evolución de las llegadas de turistas a México de 1993 a 2018



Fuente: elaboración propia con información obtenida de la Secretaría de Turismo (2019).

En cuanto al indicador de ingresos por turismo, México para el año 2018 ocupó la 16va. posición en el ranking de turismo internacional que emite la OMT, con 22.5 miles de millones de dólares solo después de Estados Unidos, España, Francia, Tailandia, Reino Unido, Italia, Australia, Alemania, Japón, China, Macao (China), Hong Kong (China), India, Turquía y Austria como se puede observar en la Tabla 3; con un crecimiento del 5.63% con respecto al último año. En la Figura 3, se puede observar la evolución de los ingresos por turismo a México en miles de millones de dólares y el crecimiento expresado en porcentaje.

Tabla 3.

Los 16 destinos turísticos más importantes a nivel mundial de acuerdo al ingreso de divisas (en miles de millones de dólares)

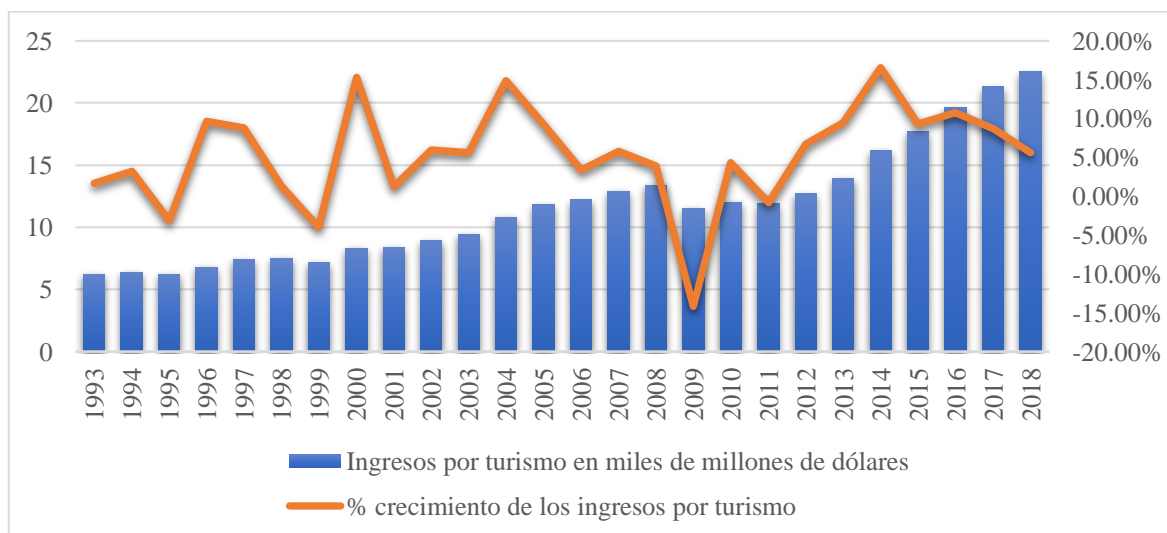
Ranking	País	Ingreso de divisas
1	Estados Unidos	214.5
2	España	73.8
3	Francia	67.4
4	Tailandia	63.0
5	Reino Unido	51.9
6	Italia	49.3

Ranking	País	Ingreso de divisas
7	Australia	45.0
8	Alemania	43.0
9	Japón	41.1
10	China	40.4
11	Macao (China)	40.2
12	Honk Kong (China)	36.7
13	India	28.6
14	Turquía	25.2
15	Austria	23.0
16	México	22.5
	Total mundial	1448.0

Fuente: Secretaría de Turismo (2019).

Figura 3.

Evolución de los ingresos por divisas a México de 1993 a 2018



Fuente: elaboración propia con información obtenida de la Secretaría de Turismo (2019).

En la Figura 3, también se puede observar que los años en los que el sector turístico mexicano ha decrecido fueron 1995, 1999, 2009 y 2011. De igual manera, se observa que los años con el mayor crecimiento fueron 2000, 2004, 2014 y el 2016. La aportación promedio de México a los ingresos por turismo del mundo en los últimos 26 años es de 1.53%.

Las llegadas de turistas a México por vía aérea y de acuerdo a su país de residencia durante enero a octubre de 2019 provienen principalmente de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido,

Colombia, Argentina, Brasil, España, Perú, Francia y Alemania. En la Tabla 4 se muestran el número de llegadas de visitantes extranjeros a México por vía aérea de los 10 principales países.

Tabla 4.

Los 10 principales países con llegadas de turistas a México por vía aérea y por país de residencia durante enero a octubre de 2019

Clasificación	País	Llegada de visitantes extranjeros vía aérea
1	Estados Unidos	8,800,950
2	Canadá	1,759,951
3	Reino Unido	478,519
4	Colombia	431,223
5	Argentina	303,108
6	Brasil	290,838
7	España	248,322
8	Perú	225,014
9	Francia	216,456
10	Alemania	210,652
	Total de llegadas	15,034,958

Fuente: Secretaría de Turismo (2019).

Las llegadas de pasajeros en vuelos internacionales a México son principalmente a través de los aeropuertos de Cancún, Ciudad de México, Los Cabos, Puerto Vallarta y Guadalajara. En la Tabla 5 se pueden observar los 10 principales aeropuertos de acuerdo al número de llegadas de pasajeros en vuelos internacionales a México en el periodo de enero a octubre del 2019.

Tabla 5.

Los 10 principales aeropuertos de México en función del número de llegadas de pasajeros internacionales

Aeropuerto		Enero – octubre 2019
1	Cancún, Q. Roo.	6,415,353
2	Ciudad de México	3,810,189

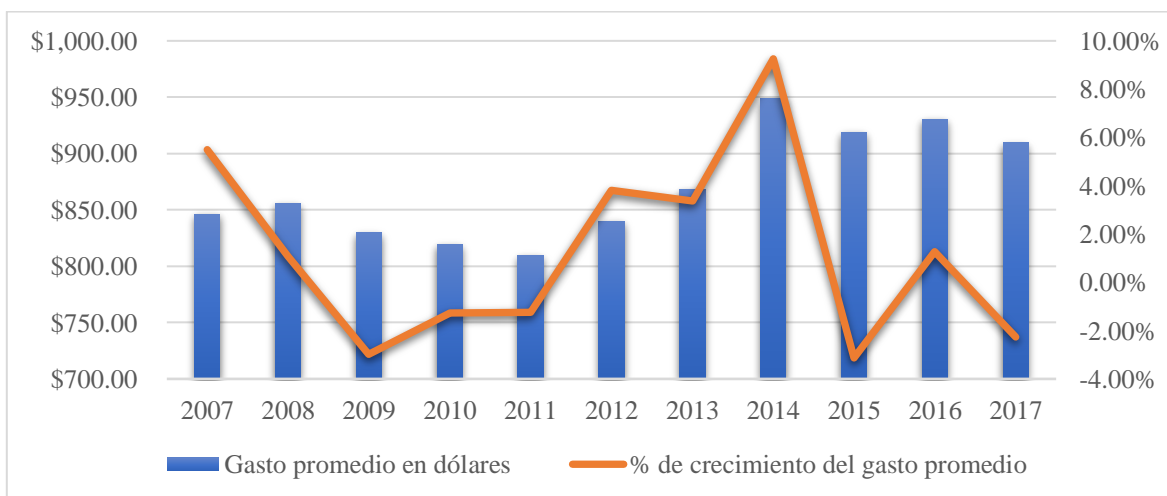
Aeropuerto		Enero – octubre 2019
3	Los Cabos, B.C.S.	1,428,364
4	Puerto Vallarta, Jal.	1,173,298
5	Guadalajara, Jal.	881,293
6	Monterrey, N.L.	219,935
7	Silao, Gto.	155,830
8	Cozumel, Q. Roo.	147,128
9	Mazatlán, Sin.	97,708
10	Querétaro, Qro.	92,443

Fuente: Secretaría de Turismo (2019).

El gasto promedio de los turistas de internación a México mediante vía aérea fue de \$909.46 dólares para el 2017, cuyo valor presentó una caída de 2.27% con respecto al año anterior. En la Figura 4 se observa la evolución del gasto promedio de los turistas en México en los últimos 10 años.

Figura 4.

Evolución del gasto promedio de turistas en México de 2007 a 2017



Fuente: elaboración propia con información obtenida de la Secretaría de turismo (2019).

2.2 Conceptualización del PIB turístico

El PIB o producto interno bruto es el valor de mercado de los bienes y servicios finales producidos en un país durante cierto periodo (Parkin, 2004; Gregory, 2002). Esta definición tiene cuatro partes importantes, la primera de ellas, **valor de mercado**, se refiere al precio en

el que cada artículo se vende en los mercados; la segunda parte, **bienes y servicios finales producidos**, son los artículos que compra el usuario final durante un periodo específico; la tercera parte, **producidos en un país**, se refiere que solo los bienes y servicios que se producen en un país forman parte de su PIB, y finalmente, la cuarta parte, **durante cierto periodo de tiempo**, esto porque el PIB mide el valor de la producción durante cierto periodo el cuál generalmente es un trimestre del año (conocido como datos trimestrales del PIB) o en un año (datos anuales del PIB) (Parkin, 2004).

Según Vargas (2006) el PIB se puede determinar de dos formas:

1. Por medio del gasto total en bienes y servicios, o
2. Por el ingreso total obtenido por los factores al producir bienes y servicios.

El enfoque del gasto mide el PIB como la suma del gasto de consumo, la inversión, las compras gubernamentales de bienes/servicios y las exportaciones netas de bienes/servicios; lo cual, se expresa en la fórmula 1.

$$Y = C + I + G + X - M \quad (\text{Fórmula 1})$$

Donde:

C = gasto de consumo personal que realizan las familias en bienes y servicios producidos en México y el resto del mundo,

I = inversión interna privada bruta, es decir, el gasto de las empresas en equipo de capital y construcciones,

G = las adquisiciones de bienes y servicios que efectúa el gobierno en todos sus niveles, y

X - M = valor de las exportaciones menos las importaciones.

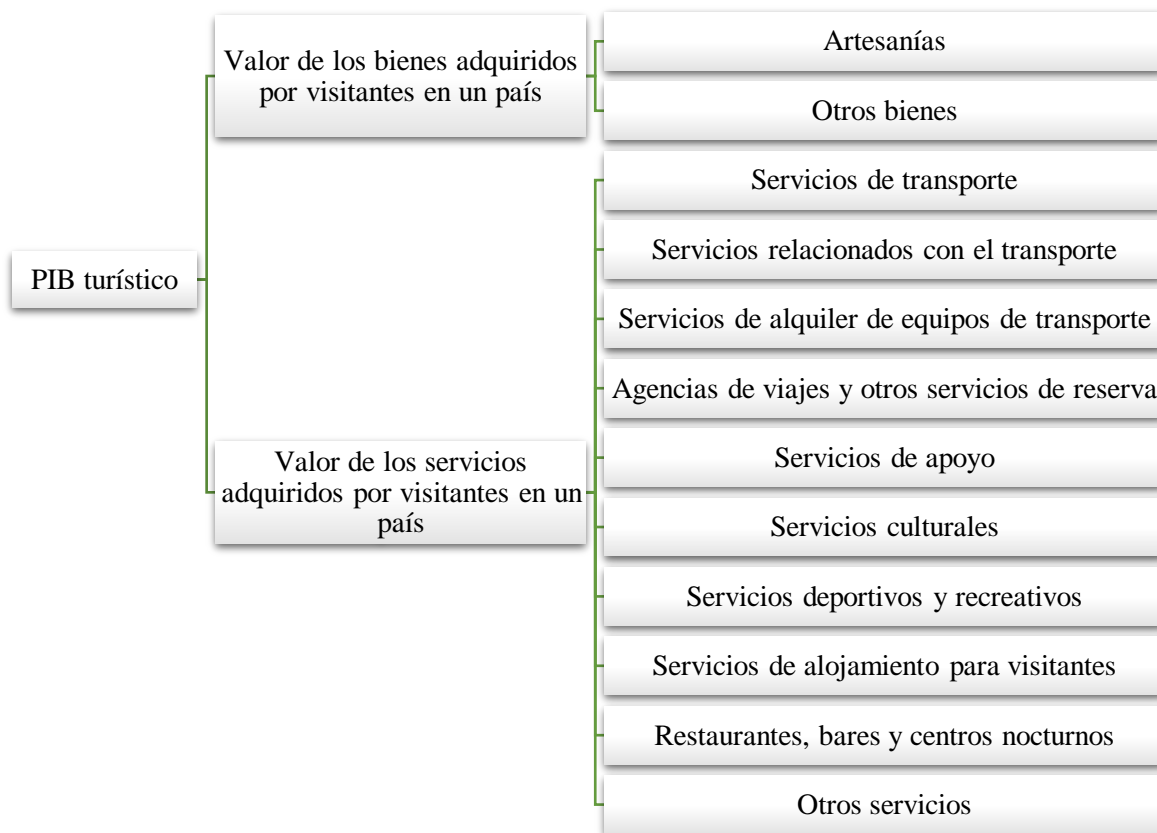
El enfoque del ingreso mide el PIB a partir de los ingresos que las empresas pagan a las familias por los recursos productivos que éstas les ofrecen como son salarios por trabajo, interés por capital, renta por tierra y beneficios por habilidades empresariales.

Encausándonos en el producto interno bruto turístico (PIBT), este es el valor del total de bienes y servicios adquiridos directamente por los visitantes en un país (SECTUR, 2014). Esta compuesto de dos rubros: bienes y servicios. Dentro del rubro de bienes se encuentran las artesanías y otros bienes. Dentro del rubro de servicios se encuentran los servicios de

transporte (aéreo de pasajeros, de pasajeros por ferrocarril, de pasajeros por agua, de pasajeros por carretera), servicios relacionados con el transporte, servicios de alquiler de equipos de transporte, agencias de viajes y otros servicios de reserva, servicios de apoyo, servicios culturales, servicios deportivos y recreativos, servicios de alojamiento para visitantes (en establecimientos tradicionales, en propiedad de casas de vacaciones, en casa de familiares y amigos), restaurantes, bares y centros nocturnos, otros servicios (comercio turístico, transporte local, servicios de información, servicios financieros, servicios inmobiliarios y de alquiler, servicios profesionales, servicios de salud y productos no destinados al consumo y otros) (INEGI, 2019). Los componentes del PIB turístico se ilustran en la Figura 5.

Figura 5.

Componentes del PIB turístico

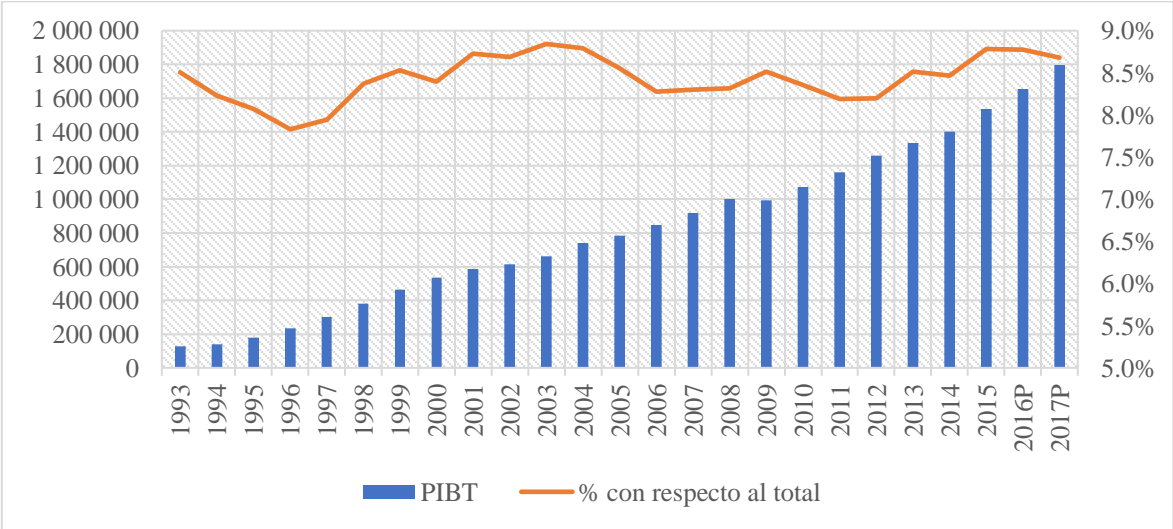


Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2019).

En México, el PIBT ascendió a \$1,797,374 en 2017 (valores corrientes) y tuvo una participación estimada de 8.7% en la economía nacional, equivalente a \$20,704,136 millones de pesos (valores corrientes). Sin embargo, si analizamos el crecimiento del PIBT en función de sus valores (corrientes) históricos, nos encontramos con que el crecimiento que tuvo del 2016 al 2017 fue de 8.58%. En la Figura 6 se puede observar el crecimiento histórico del PIBT de México, tanto en valores corrientes como en porcentaje con respecto al total.

Figura 6.

Datos históricos del PIBT de México

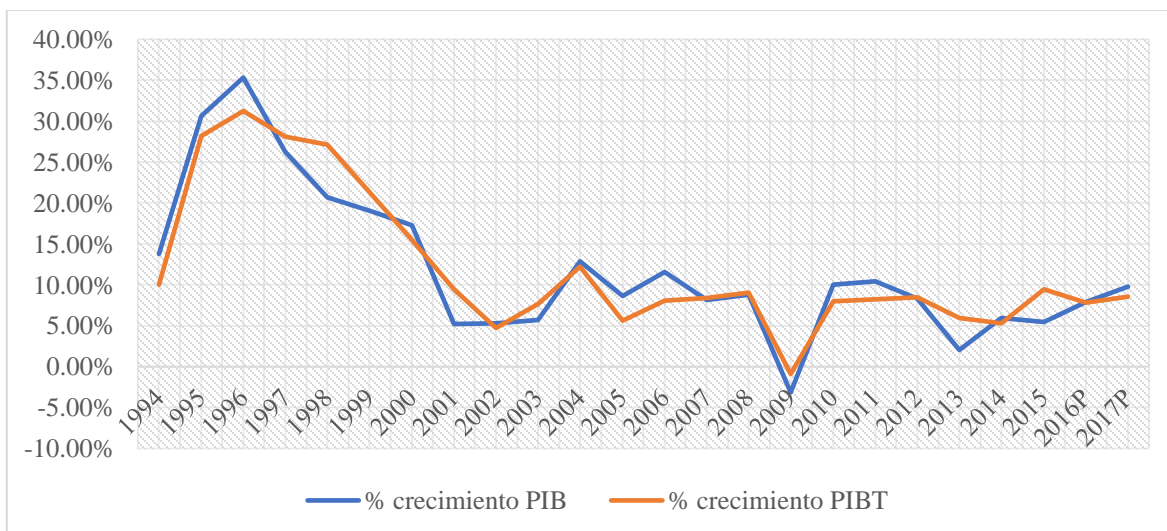


Fuente: elaboración propia con base en datos obtenido de la Cuenta satélite del turismo de INEGI (2019).

La trayectoria del PIBT a lo largo del periodo 1994 - 2017 ha sido similar a la observada en el PIB nacional, existiendo años como 1997, 1998, 1999, 2001, 2003, 2007, 2008, 2012, 2013 y 2015 en los cuáles se observó una mayor diferencia de crecimiento en el PIBT, y particularmente el año 2009 en dónde hubo una caída del PIB con respecto al año anterior, misma caída que es también observada en el PIBT, aunque ésta fue ligeramente menor. En la Figura 7 se muestra el crecimiento del PIB turístico y PIB de México.

Figura 7.

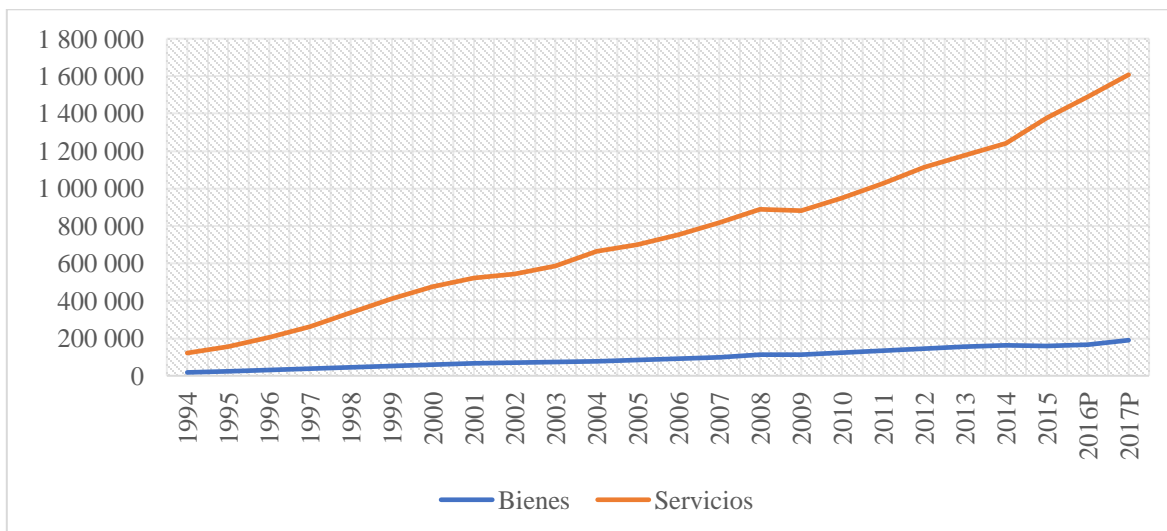
Crecimiento histórico del PIBT y PIB de México



Fuente: elaboración propia con base en datos obtenido de la Cuenta satélite del turismo de INEGI (2019).

Figura 8.

Evolución del PIBT de México por rubro de 1994 a 2017



Fuente: elaboración propia con base en datos obtenido de la Cuenta satélite del turismo de INEGI (2019).

En la Figura 8 se presenta la evolución del PIBT por cada rubro que lo compone: bienes y servicios. Se observa que tanto los bienes como los servicios han presentado un crecimiento sostenido a lo largo de los años, ambos mostraron el mayor crecimiento en los años de 1995 a 1999. Particularmente el rubro de bienes presentó baja en el año 2015 y el rubro de servicios, la baja que presenta fue en el año 2009.

2.3 Los pueblos mágicos de México

Los pueblos mágicos ofrecen una oferta turística complementaria y diversificada hacia el mercado (Centro de estudios sociales y de opinión pública, 2017). Un pueblo mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio – culturales, y que significan una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. El programa de pueblos mágicos de la Secretaría de Turismo, contribuyó a revalorar a un conjunto de poblaciones de México que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros.

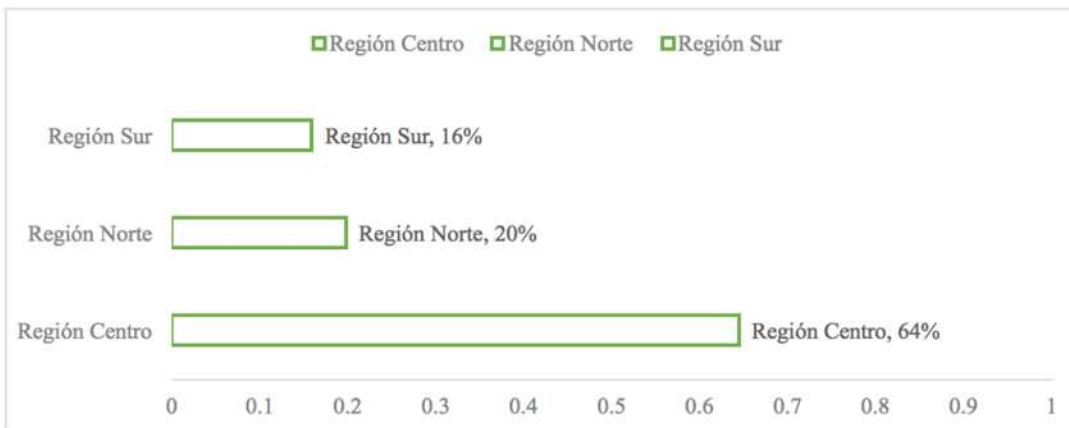
Durante los 20 años de vigencia del programa Pueblos Mágicos, se han otorgado un total de 132 nombramientos, de los cuales 26 se distribuyen en la región norte, 85 en la región centro y 21 en la región sur; es decir, el 20% de los pueblos mágicos se encuentran en la región norte, el 64% en la región centro y el 16% en la región sur, lo cual, se puede observar en la Figura 9.

Los nombramientos de pueblo mágico no fueron otorgados paulatinamente, en la Figura 10 se observa que los años 2012 y 2015 fueron cuando mayor número de nombramientos se otorgaron, existiendo además años como 2008, 2013, 2014, 2016, 2017 y 2019 en los que no se otorgó ningún nombramiento.

En la Figura 11 se muestran el número de pueblos mágicos por entidad federativa. Los estados de Puebla y Estado de México son quienes tienen el mayor número de pueblos mágicos, ambos con 10; los estados con el menor número de pueblos mágicos, solo 1 pueblo mágico, son Baja California, Colima, Guerrero y Tabasco. Cabe mencionar que la Ciudad de México no aparece en el gráfico al no contar con pueblos mágicos. En la Tabla 36, que se ubica en los anexos, se pueden consultar los pueblos mágicos por cada estado y el año en el cual recibió su respectivo nombramiento.

Figura 9.

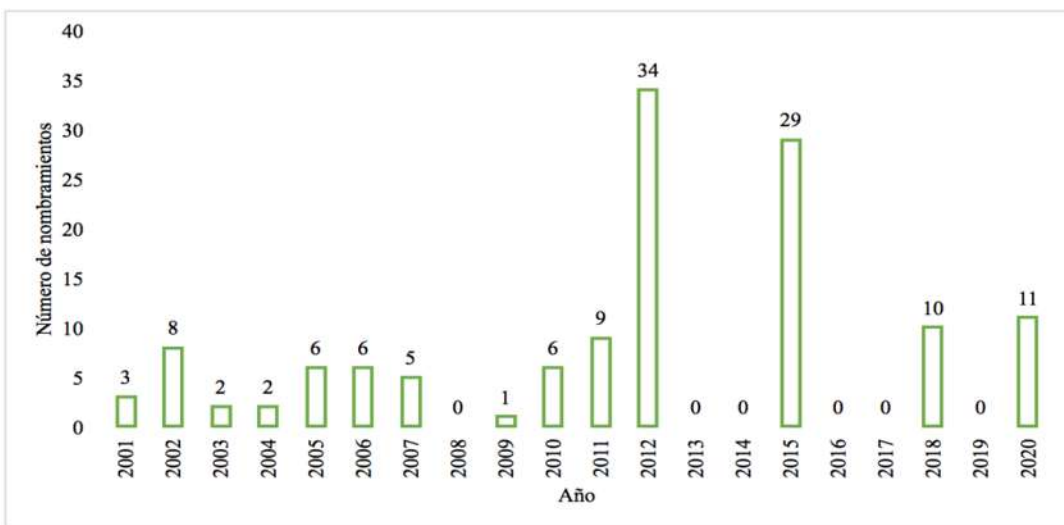
Distribución porcentual de los pueblos mágicos por región



Fuente: elaboración propia con base en información disponible en la Secretaría de Turismo (2019).

Figura 10.

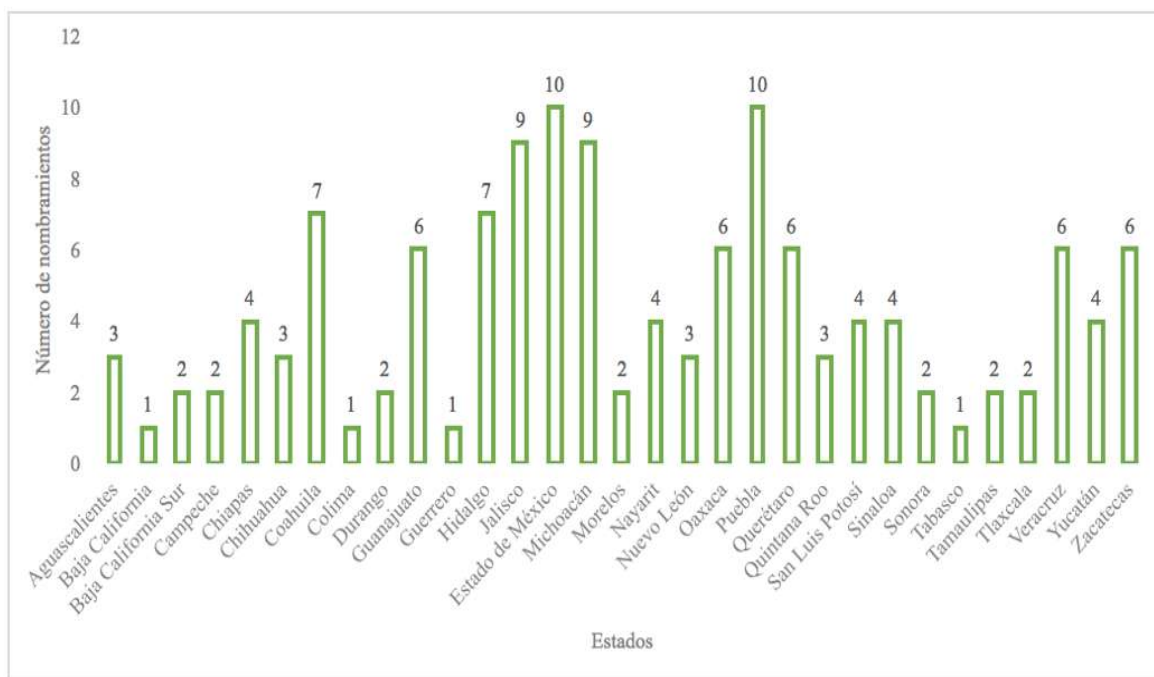
Nombramientos de pueblo mágico otorgados por año



Fuente: elaboración propia con base en información disponible en la Secretaría de Turismo (2019).

Figura 11.

Número de pueblos mágicos por entidad federativa



Fuente: elaboración propia con base en información disponible en la Secretaría de Turismo (2019).

En octubre de 2016, la SECTUR derivado de los resultados de la estadística turística del censo económico 2014 a cargo del INEGI, elaboró por primera vez un apartado para los pueblos mágicos. Las siguientes estadísticas corresponden a los 82 diferentes pueblos mágicos designados hasta el 2013:

- Concentran 7.8% de las unidades económicas dedicadas a actividades turísticas (38,693 unidades). La mayor concentración corresponde al comercio al por menor (17,673 unidades); además sobresalen los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (16,103 unidades).
- Comitán de Domínguez, San Cristóbal de las Casas, Lagos de Moreno, Taxco, Dolores Hidalgo, Pátzcuaro y Cholula concentran el 40.9% de las unidades económicas (15,829 unidades).
- El valor agregado censal bruto turístico registrado es de 10,292 millones de pesos, es decir, 2.4% del total turístico a nivel nacional.

- El comercio al por menor en el valor agregado censal bruto turístico es del 58.5% y los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas son del 24.2%, ambos sectores suman el 82.7% del total en pueblos mágicos.
- Metepec fue el pueblo mágico con la mayor aportación al valor agregado censal bruto turístico (14.8%), seguido de San Cristóbal de las Casas con un 8.4%, Comitán de Domínguez con un 6.7% y Cholula con un 4.7%.
- Se generan 117,972 ocupaciones, lo que representa el 4.3% del total turístico. Los sectores con el mayor volumen de ocupación turística son los servicios de preparación de alimentos y bebidas, los servicios de alojamiento temporal y el comercio al por menor.
- Los pueblos mágicos de Comitán de Domínguez, San Cristóbal de las Casas, Metepec, Cholula, Taxco, Pátzcuaro, Lagos de Moreno, Dolores Hidalgo, Valladolid, Coatepec, Valle de Bravo y Tecate generan poco más de la mitad (51.6%) del total de puestos de trabajo en estos destinos.
- La formación bruta de capital fijo turístico (FBKFT) llegó a 642.3 millones de pesos, lo que representa el 1.8% nacional. Los sectores con mayor volumen de FBKFT son los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (132.8 millones de pesos) y el comercio al por menor (414.7 millones de pesos).

2.4 Estudios empíricos de la competitividad turística y el PIB

Desde la década de los 80's y particularmente en los últimos seis años, la investigación sobre competitividad turística, competitividad de destino o competitividad de destinos turístico, como también se conoce, ha alcanzado un desarrollo que se puede apreciar por el número de trabajos publicados, abriéndose camino como un campo de estudio inmerso dentro de la teoría de la competitividad. El primer artículo que considera la temática de la competitividad de destino fue desarrollado por Uysal y Crompton en el año de 1985, en donde se buscó describir un modelo que explica y predice los flujos turísticos internacionales a Turquía utilizando los índices de precios relativos de los países generadores de turismo para incorporar la competitividad de otros destinos.

A la actualidad, son pocos los investigadores que han estudiado de manera conjunta la competitividad turística y su efecto en la economía, particularmente en el producto interno bruto. En la Tabla 6 se presentan los estudios empíricos al respecto.

Tabla 6.

Estudios empíricos que abordan el tema de competitividad turística y su efecto en la economía

Estudio	Autor(es) y año	Resumen
El índice de competitividad global como indicador de desarrollo sostenible	Bucher (2018)	<p>Objetivo: Analizar la competitividad de 41 países europeos, utilizando de base el índice de competitividad global, durante el periodo 2014 – 2016, evaluando la contribución de cada factor al valor del índice de competitividad global.</p> <p>Variable dependiente: Índice de competitividad global.</p> <p>Variables independientes: Índice de desarrollo humano, producto interno bruto por paridad de poder adquisitivo per cápita, índice de desigualdad de género e índice de competitividad en viajes y turismo.</p> <p>Metodología: Se utilizaron datos estadísticos descriptivos para segmentar la muestra de 41 países en cuatro grupos según la evaluación de la competitividad. Se estudiaron las interrelaciones entre las variables utilizando los coeficientes de correlación lineal de Pearson y la correlación de rango de Spearman. Se utilizó regresión lineal y se verificaron los modelos por colinealidad.</p> <p>Resultado: El estudio reveló una alta correlación entre la calificación de un país para el índice de competitividad global y el índice de desarrollo humano, el producto interno bruto per cápita, el nivel de desigualdad de género y la competitividad de la industria de viajes y turismo.</p>
Las relaciones entre política financiera, política fiscal, exportaciones de visitantes y la	Nonthapot y Srichaiyo (2017)	<p>Objetivo: Estudiar las relaciones entre las variables macroeconómicas en el sector turístico utilizando el PIB en dicho sector en Tailandia con tasas interbancarias, gastos gubernamentales en turismo y exportaciones de visitantes (gasto extranjero).</p> <p>Variable dependiente: PIB del sector turístico.</p> <p>Variables independientes: tasas interbancarias, gastos gubernamentales en turismo y exportaciones de visitantes (gasto extranjero).</p>

Estudio	Autor(es) y año	Resumen
economía del turismo de Tailandia		<p>Metodología: Aplicaron un modelo de vector auto-regresivo en datos de 1995 a 2016.</p> <p>Resultados: La tasa interbancaria tuvo el mayor impacto en el producto nacional bruto del sector turístico en Tailandia con 9,17%. En consecuencia, la política monetaria afectará a la economía del sector turístico en Tailandia de manera más eficiente que la política fiscal, por lo tanto, el gobierno tailandés debe implementar ambas para impulsar la economía del turismo y aumentar la competitividad.</p>
¿La competitividad de los destinos turísticos lleva al rendimiento? Un caso de la región de la ASEAN.	Hanafiah <i>et al.</i> , (2016)	<p>Objetivo: Identificar las causas del desempeño turístico de la ASEAN. Este documento examina empíricamente el papel de la competitividad de los destinos turísticos en el desempeño turístico entre los países de la ASEAN.</p> <p>Variable dependiente: desempeño turístico.</p> <p>Variable independiente: recursos básicos del turismo, recursos complementarios, gestión de destinos, precios del turismo y la globalización.</p> <p>Metodología: Utilizó el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI, por sus siglas en inglés) para evaluar el desempeño turístico de los países de la ASEAN. Se explora si las variables independientes antes mencionadas promueven el desempeño del turismo; determinado por el ranking del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI), el número de llegadas internacionales y la aportación del sector turístico al producto interno bruto.</p> <p>Resultados: Las variables de infraestructura de transporte aéreo, salud e higiene, seguridad y recursos humanos tienen un poder explicativo de la variación en el desempeño del turismo.</p>
Un estudio sobre la relación entre la competitividad en el sector turístico y el	Montanari <i>et al.</i> , (2013)	<p>Objetivo: Estudiar la relación entre el desarrollo económico (medido por el PIB) y la competitividad en el sector turístico (a partir del Índice de Competitividad Global en Turismo).</p> <p>Variable dependiente: PIB</p>

Estudio	Autor(es) y año	Resumen
desarrollo de los países.		<p>Variables independientes: sistema regulador, infraestructura y medioambiente, recursos humanos, culturales y naturales.</p> <p>Metodología: Modelo de regresión lineal, análisis de correlación de Pearson.</p> <p>Resultados: La competitividad en el sector del turismo comprende únicamente el 11.3% de la desviación en el desarrollo de los países y el efecto es positivo. La investigación proporcionó información relevante para el turismo y para los gobiernos que deseen implementar estrategias en el área.</p>
Determinantes del turismo para “sol y mar” Chipre.	Tsangari (2012)	<p>Objetivo: Examinar los factores que afectan el turismo en Chipre para el período 1995-2010.</p> <p>Variable dependiente: Llegadas de turistas y gasto turístico.</p> <p>Variables independientes: precios relativos, PIB de Chipre, ingresos de los principales países que envían turistas a Chipre.</p> <p>Metodología: utilizó un análisis de regresión de series de tiempo.</p> <p>Resultados: El gasto en turismo se ve significativamente afectado por el PIB de Chipre y los precios relativos entre Chipre y su principal competidor, Grecia, mientras que las llegadas de turistas también se ven afectadas por el nivel de ingresos de los países de origen. La mayor competencia, los altos costos operativos, la estandarización del producto turístico (sol y mar), así como la inestabilidad política internacional y la crisis financiera mundial, que han aumentado el desempleo y reducido el ingreso disponible de los turistas, parecen influir en el turismo en Chipre. Estos hallazgos se discuten, en combinación con las clasificaciones bajas o altas correspondientes de Chipre en varios pilares de la competitividad de los viajes y el turismo.</p>
Análisis de la competitividad de las regiones turísticas en	Dávid y Tóth (2011)	<p>Objetivo: Evaluar la regionalización de las regiones turísticas de Hungría e investigar la división del producto interno bruto (PIB) del turismo nacional. Además, se examinan la concentración, las disparidades espaciales y las características de estos dos indicadores.</p> <p>Variable dependiente: regionalización de las regiones turísticas de Hungría.</p>

Estudio	Autor(es) y año	Resumen
<p>Hungría: nuevos hallazgos</p>		<p>Variable independiente: PIB del turismo nacional. Metodología: La competitividad de los condados húngaros se analiza mediante un enfoque multimodal y la penetración de estas regiones turísticas se analiza aplicando el Índice de penetración del turismo. También calculan el PIB regional en Hungría.</p>

Fuente: elaboración propia con base en una búsqueda realizada el 04 de julio de 2019 en la base de datos de Scopus

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

Los fundamentos teórico – conceptuales que se contemplan en esta investigación se muestran en este apartado. Primeramente, se examinan las generalidades del turismo que abarca la conceptualización del turismo, el sistema turístico, las formas, modalidades y tipologías del turismo. A continuación, se abordan las teorías de competitividad y de competitividad turística. Para finalizar este capítulo, se revisan las diferentes propuestas de evaluación y explicación de la competitividad de destino plasmadas en los modelos existentes.

3.1 Generalidades del turismo

De acuerdo con la real academia española de la lengua, el turismo se define como la actividad o hecho de viajar por placer (RAE, 2019). Se puede decir entonces que el turismo implica el movimiento de personas, dinero y bienes en un espacio, que además se visualiza con un fenómeno geográfico con importantes repercusiones territoriales, ambientales, culturales y socioeconómicas (Barrado, 2001). El turismo también son aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (Olmos y García, 2016, Ibáñez y Cabrera, 2011).

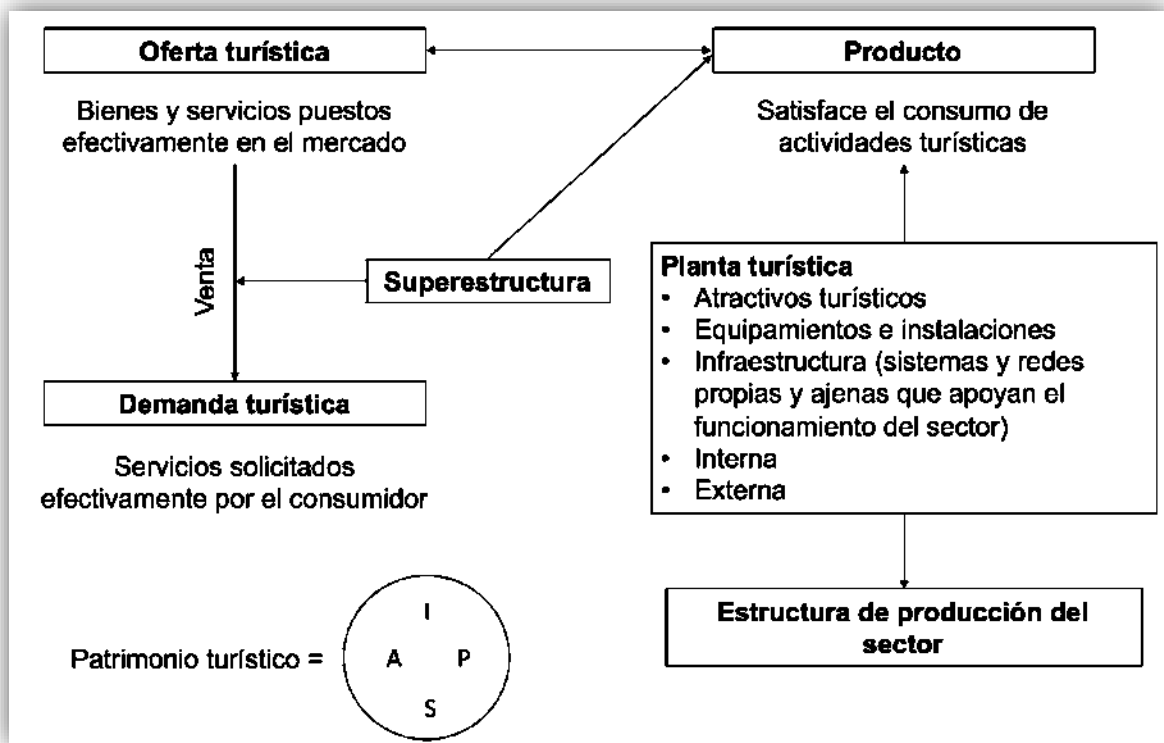
El turismo se refiere a un conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos (Cárdenas, 2001). En el concepto anterior ya se visualiza al turismo desde un enfoque económico. Es necesario considerar al turismo como una actividad en la que participan dos actores, un anfitrión (el proveedor) y un invitado (el turista), en este sentido, el turismo es una actividad especialmente propicia para el intercambio entre grupos sociales (OMT, s.f.). El turismo desde la perspectiva de la demanda se relaciona con el consumo que se realiza fuera del entorno habitual en el que reside y trabaja una persona, y desde la perspectiva de la oferta, se observan proveedores de servicios a los turistas, que incluyen aquellas actividades características del turismo, como el hospedaje, como no características, como una farmacia. (Olmos y García, 2016; Ibáñez y Cabrera, 2011).

3.1.2 El sistema turístico

Alrededor del turismo se ha formado una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento y que integran a su vez un sistema conocido como sistema turístico, el cual se puede estudiar mediante el modelo de la oferta y la demanda (Boullón, 2006). En la Figura 12 se presentan los elementos que conforman el sistema turístico y que más adelante se explicará uno a uno.

Figura 12.

El sistema turístico, los elementos e interacciones que lo conforman



Fuente: Boullón, (2006).

3.1.2.1 Demanda turística

El primer elemento que se describirá es la demanda turística. La demanda turística se obtiene a partir del número total de turistas que visitan una región, país, zona, atractivo o centro turístico, así como la cantidad de ingresos que originan. Al hablar de la demanda, se despliegan cinco conceptos de interés en el turismo:

- **Demanda real:** indica la cantidad de turistas que hay en un momento específico, y la sumatoria tanto de bienes como de servicios requeridos concretamente por los consumidores en dicho lugar durante el tiempo que dura su estadía.
- **Turista real – consumidor potencial:** representa los gastos secundarios que realiza la demanda real durante el periodo de su estadía, es decir, la adquisición de bienes y servicios que no fueron pagados con antelación a salir de viaje o que no son los forzosos de alojamiento para el turista que viaja por su cuenta.
- **Demanda histórica:** consiste en un registro estadístico de las demandas reales, así como el análisis de dicha información para obtener variaciones y tendencias que ayuden a comprender el ritmo de su evolución.
- **Demanda futura:** se calcula tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar en concreto, permite proyectar el crecimiento, estancamiento o decremento de la demanda para un periodo de tiempo.
- **Demanda potencial:** este tipo de demanda se logra desde un mercado emisor no conquistado, hacia un mercado receptor (como un centro o un conjunto de centros turísticos), además de los incrementos extras que podrían obtenerse de la demanda futura (originada en las plazas de mercado emisor tradicionales) como resultado de mejores servicios, del engrandecimiento de la capacidad de alojamiento o por el efecto de las estrategias de publicidad.

3.1.2.2 Oferta turística

Otro elemento del sistema turístico es la oferta turística, la cual está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico. Se considera que en los servicios existe transitoriedad al igual en la demanda, ya que una vez transcurrido el tiempo de estadía promedio, el lugar que deja cada turista debe ser ocupado por otro. Además para que un servicio turístico se considere oferta turística, es indispensable que el consumidor potencial sepa de su existencia.

3.1.2.3 El proceso de venta

El encuentro entre la oferta y la demanda se realiza a través del proceso de compra-venta, dicho proceso tiene la particularidad de que es el consumidor quien se desplaza al lugar geográfico en que se localiza la oferta, además que a través del turismo, se comercializan servicios específicos y bienes que provienen de otros sectores. Entonces, el siguiente elemento en el sistema turístico es el proceso de venta, el cual implica que la oferta turística alcanzará efectivamente un mercado, siempre que el precio de sus productos sea competitivo, porque de lo contrario la demanda elegirá otro destino más económico o dejará de realizar el viaje.

3.1.2.4 El producto turístico

Un elemento más en el sistema turístico se conoce como producto turístico y se conforma por los mismos bienes y servicios que conforman la oferta. El producto turístico es aquel que le permite al consumidor pasear, visitar los atractivos, hacer deportes y divertirse.

3.1.2.5 La planta turística y los atractivos turísticos

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que se denomina planta turística, que a su vez, está integrado por dos elementos:

- **El equipamiento:** el cual incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública y privada que se dedican a prestar los servicios básicos, como alojamiento, alimentación, esparcimiento, entre otros.
- **Las instalaciones:** que se refieren a todas las construcciones especiales (diferentes a las que se encuentran en equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas, pueden ser de agua y playa, de montaña y generales. Mientras que el equipamiento apoya la ejecución de actividades, las instalaciones son indispensables para que una actividad se lleve a cabo.

Por otra parte, se tienen los atractivos turísticos, que representan la materia prima del turismo, sin ellos un país o una región no tendrían elementos para iniciar el desarrollo, esto es porque sólo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permita explotarlo comercialmente. Son el primer elemento de la estructura de producción

del sector al que se agrega la planta turística y la infraestructura. Pueden clasificarse en sitios naturales, museos y manifestaciones culturales históricas, folklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

3.1.2.6 La infraestructura

La infraestructura, como elemento del sistema turístico, se refiere a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas; forman parte de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía.

3.1.2.7 La superestructura

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere de un subsistema superior que regule todo el sistema, al cual se le llama superestructura. La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, cuya principal función es intervenir activamente en el proceso de venta del producto turístico.

La superestructura está compuesta por dos tipos distintos de agrupaciones:

- **Las dependencias de la administración pública:** de acuerdo con la importancia que el turismo tenga para el país, los organismos públicos responsables de la administración del sector turismo oscilan desde el nivel más alto, representado por un ministerio o secretaría, hasta los de dirección o institutos adscritos a bienestar social u otros organismos del Estado. Sus funciones específicas son: promoción turística en el extranjero, control de calidad de los servicios, fijación y control de precios, planificación del desarrollo, promoción de inversiones de la actividad privada, promoción del turismo interno, desarrollo del turismo social y, a veces, construcción de equipo e instalaciones turísticas.
- **Las organizaciones privadas:** estas organizaciones son parte de la superestructura a través de las múltiples empresas que se han creado para compatibilizar y defender los intereses particulares. Son parte de este conjunto las asociaciones de hoteleros, restauranteros, transportistas, agentes de viajes, guías turísticos, generalmente, no existe una empresa que los represente a todos en su conjunto.

3.1.2.8 *El patrimonio turístico*

El patrimonio turístico se define como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema). En la definición anterior, se encuentran presentes cuatro de los elementos que se han descrito con antelación y que forman parte del sistema turístico.

3.1.3 Formas de turismo

Según la OMT (2019) existen tres formas fundamentales de turismo:

- **Turismo interno:** contempla las actividades que lleva a cabo un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.
- **Turismo receptor:** considera las actividades que ejecuta un visitante no residente en el país de referencia, las cuáles forman parte de un viaje turístico receptor.
- **Turismo emisor:** engloba las actividades que lleva a cabo un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

Las tres formas anteriores pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes:

- **Turismo interior:** abarca tanto al turismo interno como al turismo receptor, puede ser descrito como las actividades que realizan los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.
- **Turismo nacional:** contempla al turismo interno y al turismo emisor, se refiere a las actividades que realizan los visitantes residentes tanto dentro como fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos interiores o emisores.
- **Turismo internacional:** considera al turismo receptor y al turismo emisor, se refiere a las actividades llevadas a cabo por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades ejecutadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

3.1.4 Modalidades del turismo

De acuerdo con Ibáñez y Cabrera (2011), existen dos grandes modalidades en el turismo, las cuales se describen a continuación:

- **Turismo masivo:** es considerado como todos aquellos flujos masivos de seres humanos de todas las edades y condiciones, precedentes principalmente de las grandes urbes, que se desplazan sincrónicamente en señaladas épocas del año, con destino a lugares supuestamente paradisíacos, por ejemplo, destinos de sol y playa o ciudades coloniales. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados (Ibáñez y Cabrera, 2011).
- **Turismo alternativo:** es un conjunto de actividades alternativas que se presentan como las nuevas tendencias de la sociedad, cuyo objetivo es ser consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, permitiendo tanto a anfitriones como a turistas disfrutar de una interacción positiva y de experiencias compartidas en un ambiente único, como participar en las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico del lugar visitado. Además, que se plantea como un turismo no masivo, de baja intensidad, que busca una interrelación más estrecha del turista con la naturaleza (López y Palomino, 2008).

3.1.5 Tipologías turísticas

Según las características principales de cada una de las actividades turísticas se pueden distinguir las siguientes tipologías de turismo (De Esteban *et al.*, 2015):

- **Turismo de sol y playa:** es el que más depende de la estacionalidad, pues se suele concentrar en los meses más calurosos del año, lo que busca el turista en el buen tiempo y la playa (De Esteban *et al.*, 2015).
- **Turismo de naturaleza/Ecoturismo:** su misión ha sido la conservación y protección de las áreas naturales para que los turistas actuales y las futuras generaciones puedan disfrutar de la flora y fauna en su estado silvestre, así como apreciar la belleza escénica (Acerenza, 2009), contempla también cualquier manifestación cultural (del presente o del pasado) que pueda encontrarse ahí, a través de un proceso que

promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente beneficioso de las poblaciones locales. Se le ha identificado como la modalidad turística más cercana al modelo de desarrollo sustentable del turismo, ya que los ejes fundamentales en su práctica son la sustentabilidad del medio natural y el mejoramiento de la calidad de vida de la población involucrada directamente en la actividad (López y Palomino, 2008).

- **Turismo de aventura:** se practican actividades recreativas dirigidas a desafiar retos impuestos por la naturaleza, como la caminata, el rappel, el ciclismo de montaña, el montañismo, el paracaidismo y el kyaquismo. (López y Palomino, 2008). Dichas actividades generalmente se relacionan con el riesgo y se realizan de manera habitual en el medio rural (Peñalver, 2004).
- **Turismo rural:** es una actividad turística que se lleva a cabo en espacios o áreas rurales, pretende el descanso y la recreación, el disfrute de los paisajes y del aire puro del campo, así como familiarizarse con las actividades del medio rural (Acerenza, 2009).
- **Turismo de salud:** abarca a todas las formas en las cuales los pacientes viajan a otros países en la búsqueda de una mejoría de la salud, no se contabilizan como turistas de salud a los extranjeros que reciben servicios de salud durante su estadía en un país, si su viaje no fue motivado por la búsqueda de tales servicios (Arias *et al.*, 2012).
- **Turismo de negocios:** es el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes, de manera individual o grupal (Acerenza, 2009).
- **Turismo deportivo:** es la modalidad basada en la realización de actividades deportivas (Peñalver, 2004).
- **Turismo cultural:** se refiere al movimiento de personas, esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación (Acerenza, 2009).
- **Turismo religioso:** contempla los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa, pueden encerrar motivos como cumplir un voto o satisfacer una promesa,

pedir algún tipo de beneficio o dar gracias por un beneficio ya recibido. Forma parte del turismo cultural, tanto por lo material (el legado histórico monumental de contrastado valor artístico), como por lo inmaterial (desde valores a ritos). Incluye peregrinaciones, años santos, canonizaciones, visitas a santuarios, festividades religiosas, entre otras (Cebrián y García, 2014).

- **Turismo gastronómico:** corresponde a aquella actividad turística en la cual participan personas cuya elección del destino a visitar se encuentra influenciada por una motivación culinaria (Schlüter, tomado de Hernández *et al.*, 2015).
- **Turismo idiomático:** son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer una inmersión lingüística en un idioma del lugar de destino (Piédrola y Artacho, 2011).
- **Turismo de activo:** es la oferta de actividades deportivas, que con cierto riesgo, pueden practicarse bajo la tutela de un monitor en plena naturaleza, además en la oferta de este tipo de turismo también se incluyen otras actividades relacionadas con la animación sociocultural (Peñalver, 2004).
- **Turismo de parques temáticos:** tipo de viajes cuyo motivo es la visita de parques temáticos, los cuales son recintos cerrados de gran extensión, en los que se pretende fundamentalmente la diversión de sus visitantes por medio de la vivencia de un mundo mágico y del disfrute de un conjunto de atracciones mecánicas especialmente organizadas en torno a una o varias ideas o ejes temáticos que dan homogeneidad al conjunto (Esteve, 2001).
- **Turismo náutico:** el fin es la práctica de actividades deportivas como la pesca, el piragüismo, entre otras (De Esteban *et al.*, 2015).
- **Turismo sexual:** tiene como principal objetivo y motivación consumir relaciones sexuales (Lagunas, 2010).
- **Geoturismo:** es uno de los conceptos más nuevos dentro del campo del turismo, se centra en promover características geológicas y geomorfológicas en paisajes como atracciones turísticas (Ólafsdóttir, 2019).

3.2 Teoría de la competitividad

El concepto de competitividad surge en el contexto de la economía industrial y de la empresa, se le identifica con la capacidad para competir (Fuster, 2003). Su análisis se remonta al siglo XVII con la corriente mercantilista cuya ideología tenía como objetivo mantener un superávit comercial, que a su vez representaba la acumulación de riqueza cuyo intercambio se daba mediante metales preciosos, principalmente el oro, lo que finalmente lograba respaldar un nivel competitivo de precios (Allen, 1998). La definición de competitividad nación como un nuevo paradigma para percibir los contrastes entre el desarrollo económico de países y regiones (López, 2008).

Michael Porter fue el primer autor en estructurar y sistematizar el cuerpo teórico del concepto de competitividad, en 1990 definió a la competitividad como la facultad para resistir y aumentar la participación en los mercados internacionales, con un crecimiento paralelo del nivel de vida de la población. Actualmente la competitividad se vislumbra presente en los enfoques de la teoría administrativa (Chiavenato, 2012). Según Gandara *et al.*, (2013) la competitividad puede ser estudiada bajo diversas ópticas: en relación a la fuente de competitividad (externa o interna), en relación a la unidad de análisis (empresas, productos, destinos turísticos, países, bloques económicos), en relación a la dimensión de análisis (en nivel micro o macroeconómico), en relación a la naturaleza de la competitividad (directa o indirecta) y en relación al contexto (económico, social o ambiental).

Debido a la generalidad de este concepto y a su aspecto multidimensional la competitividad también puede ser analizada desde un enfoque macroeconómico cuando hace referencia a las condiciones de competitividad del entorno o región en el que opera una empresa; o desde un enfoque microeconómico, cuando se habla de la competitividad de la organización para denotar todas las condiciones de orden interno a la empresa que le permiten competir en un determinado entorno (Botero, 2014). Autores como Montoya *et al.*, (2008) y Sobrino (2005) también han visualizado a la competitividad como una herramienta indispensable de desarrollo tanto de empresas como de sectores y países.

El Foro Económico Mundial (2009) define la competitividad como el potencial que tienen las economías mundiales para lograr un crecimiento económico sostenido en el mediano y largo plazo, mejorar la prosperidad de una nación y específicamente la habilidad que tienen las empresas para crear bienes y servicios valiosos mediante el uso de métodos eficientes. De

acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (1999), OCDE por sus siglas en inglés, la competitividad se define como la capacidad de las empresas, industrias, regiones y naciones o entornos supranacionales para generar niveles elevados de renta y empleo, de una manera sostenible, estando expuesta a la competencia internacional.

Para finalizar el siglo XX surgió el enfoque sistémico de la competitividad, el cual se basa en la premisa de que las empresas no pueden ser más competitivas de lo que les permita su entorno. A su vez, dicho entorno no podrá soportar la competitividad regional o nacional más allá de lo que le permitan las empresas y las organizaciones. De esta forma, se evidencia que el gobierno, las empresas y la sociedad actúan conjuntamente, formando un sistema, que determina el nivel de competencia en los mercados (Esser *et al.*, 1996). Este enfoque de la competitividad se diferencia de otros en los niveles de análisis utilizados: nivel meta, nivel macroeconómico, nivel meso y nivel microeconómico.

Al iniciar el siglo XXI y ante la exigencia de evaluar una economía nacional en su conjunto para determinar si es competitiva o no, nace un nuevo enfoque llamado de la competitividad estructural que dio origen a la teoría que lleva ese nombre (Fuster, 2003). Es evidente que no existe una definición generalmente aceptada de competitividad porque el concepto es multifacético y complejo (Ritchie y Crouch, 2003). Sin embargo, se considera que la competitividad incorpora elementos comunes de productividad, eficiencia y rentabilidad, y todos los conceptos parecen estar de acuerdo en que el resultado final de la competitividad es mejorar los estándares de vida y aumentar el bienestar social (Kim, 2012).

3.3 Teoría de la competitividad de destino turístico o competitividad turística

Los trabajos de investigación relacionados con la competitividad se han llevado a los diferentes sectores económicos, indudablemente el sector turístico se encuentra entre ellos, en dónde incluso ha sido definida de manera específica como competitividad turística, competitividad de destino turístico o competitividad del destino. Desde la década de 1990, la competitividad pasó a ser un tema principal en la investigación del turismo, los investigadores han desplegado un marco teórico y conceptual que explica cómo un destino turístico administra su competitividad (Ritchie y Crouch, 2003); y con los años el concepto prosperó pasando de un enfoque en el atractivo turístico al desarrollo estratégico de la

industria turística de una forma más holística, que incluye muchas ventajas de la competitividad (Kim, 2012).

La competitividad turística se concibe como la facilidad de un destino para incrementar el gasto en turismo y atraer a más visitantes, al mismo tiempo que ofrece experiencias satisfactorias y memorables de una forma rentable, a su vez mejora el bienestar de los residentes del destino y se preserva el capital natural del mismo para futuras generaciones (Ritchie y Crouch, 2003). Acerenza (2009) de manera muy breve define a la competitividad turística como la habilidad de un destino para atraer turistas.

En el mismo sentido que lo anterior, recientemente se definió a la competitividad turística como la habilidad del destino de optimizar su atractivo tanto para residentes como para no residentes y de brindar servicios turísticos innovadores, de calidad y atractivos (por ejemplo, entregar una buena calidad – precio) a los consumidores y ganar cuotas de mercado en mercados nacionales y mundiales, al tiempo que se garantiza que los recursos disponibles que amparan al turismo se usan de forma sostenible y eficiente (Dupeyras y MacCallum, 2013).

En la competitividad turística se mezclan múltiples factores, de tipo tangibles e intangibles, pero solamente sobre unos cuantos denominados críticos, reside la posibilidad de éxito o fracaso competitivo (Alonso, 2010), a su vez es una mejoría colectiva (de la totalidad de las empresas e instituciones) en pro del fortalecimiento del sector turístico, de un creciente flujo turístico y de más y mejores puestos de trabajo (Gandara *et al.*, 2013). Finalmente es la capacidad de un destino para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas, considerando bienes y servicios de valor agregado que los turistas visualizan como importantes (Wei – Chiang, 2009).

3.3.1 Modelos de competitividad turística

Diversos estudios del tema de competitividad turística han generado modelos con el objetivo de esclarecer la competitividad de los destinos. Los principales contribuyentes al tema son: Poon (1993), Crouch y Ritchie (1999), Hassan (2000), Kim (2001), Health (2003), Ritchie y Crouch (2003), Dwyer y Kim (2003), Acerenza (2009), Wei-Chiang (2009), Alonso (2010) y Jiménez y Aquino (2012).

3.3.1.1 Modelo de competitividad turística de Poon

Según Poon (1993) son cuatro las estrategias cruciales para la competitividad de los destinos turísticos:

1. Poner el medio ambiente primero y construir un turismo responsable.
2. Hacer del turismo un sector líder en la adopción de nuevas estrategias de desarrollo.
3. Fortalecer los canales de distribución en el mercado, y
4. Construir una cooperación dinámica entre el sector privado y el sector público.

Este enfoque estratégico ha ayudado a los investigadores del turismo a reconocer los problemas críticos de este sector. La autora sostiene que las estrategias competitivas son necesarias para los destinos turísticos porque las ventajas comparativas ya no son naturales, el turismo es una industria volátil, sensible y ferozmente competitiva que está experimentando una transformación rápida y radical, el desarrollo futuro y la viabilidad de las economías dependientes del turismo dependerán no solo del turismo, sino de todo el sector de servicios.

3.3.1.2 Modelo de competitividad del mercado turístico de Hassan

Hassan (2000) introdujo un modelo de competitividad basado en el diamante de Porter, que se centra en los factores de la sostenibilidad ambiental de un destino turístico. El autor enfatiza que el desarrollo de destinos requiere el uso de un modelo de competitividad que examine las relaciones entre todas las partes involucradas tanto en el establecimiento como en la integración de productos de valor agregado para mantener los recursos mientras conserva la posición de mercado en relación con otros competidores.

En la Figura 13 se observa que los cuatro elementos determinantes propuestos por el Hassan (2000) en su modelo de competitividad son:

1. **Ventaja comparativa:** la cual incluye factores asociados con los entornos macro y micro que son críticos para la competitividad del mercado.
2. **Orientación a la demanda:** es la capacidad del destino para responder a la naturaleza cambiante de la demanda del mercado.
3. **Estructura de la industria:** se refiere a la existencia o ausencia de una estructura de la industria relacionada con el turismo.

4. **Compromiso ambiental:** representa el compromiso del destino con el medio ambiente.

Figura 13.

Modelo de competitividad de mercado turístico de Hassan



Fuente: elaboración propia con base en Hassan (2000)

Los cuatro elementos antes mencionados, se relacionan con los aspectos culturales, los factores políticos, los factores socioeconómicos y el cambio tecnológico. La información de este modelo ayuda a identificar los factores clave asociados con la promoción del turismo sostenible desde un punto de vista ecológico como un enlace crítico para enfrentar el desafío competitivo mundial.

3.3.1.3 Modelo de competitividad de Kim

El modelo de Kim (2001, tomado de Flores, 2007) es un modelo explicativo, que clasifica el origen de las ventajas competitivas turísticas en 4 fuentes:

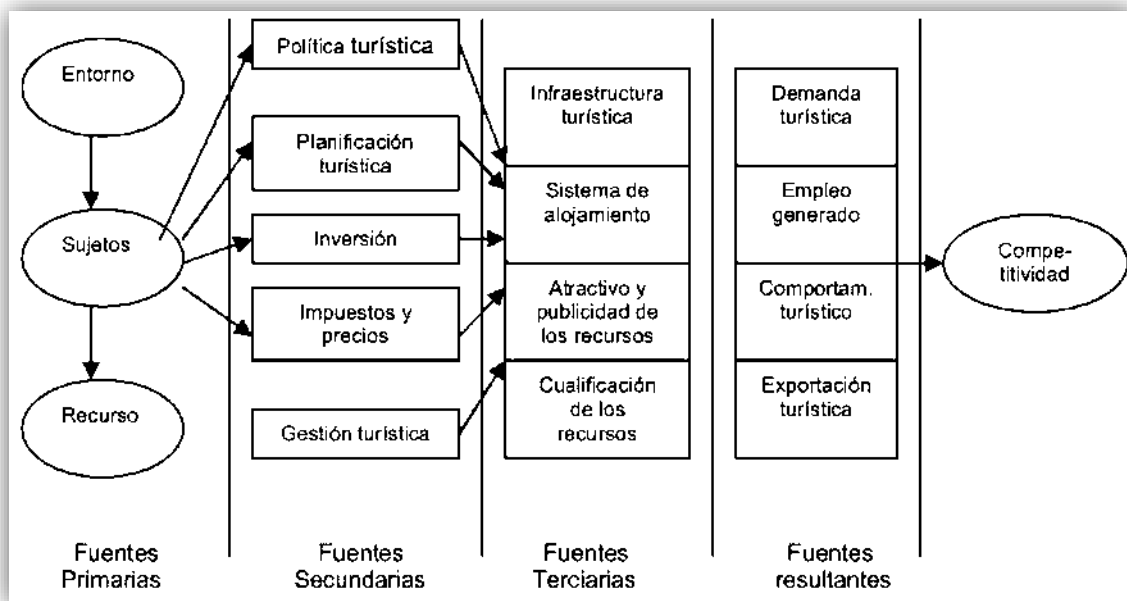
1. **Fuentes primarias:** se conforman por los sujetos (políticos, agentes de viajes y empleados), así como el entorno y los recursos (naturales, culturales e históricos).
2. **Fuentes secundarias:** consideran la planificación y la gestión del destino, la política turística, las inversiones en el sector, los impuestos y los precios turísticos.
3. **Fuentes terciarias:** son formadas por la infraestructura turística, alojamiento, atractivo de los recursos, publicidad y cualificación de los recursos humanos del sector.

4. **Fuentes cuaternarias:** resultan de la interacción de las fuentes primarias, secundarias y terciarias; hacen alusión a datos macroeconómicos, tales como demanda turística, el empleo generado por el sector, el comportamiento turístico (tasas de crecimiento, balanza de pagos del sector, participación del sector en el PIB del país). Esta fuente de competitividad es la productividad del sector o también conocida como output turístico, sirve de indicador directo para la evaluación y comparación de la competitividad.

En la Figura 14, se ilustra el modelo de competitividad propuesto por Kim, en dicha figura se pueden visualizar las 4 fuentes que lo componen y los elementos que integra cada fuente.

Figura 14.

Modelo de competitividad de Kim



Fuente: Flores (2007).

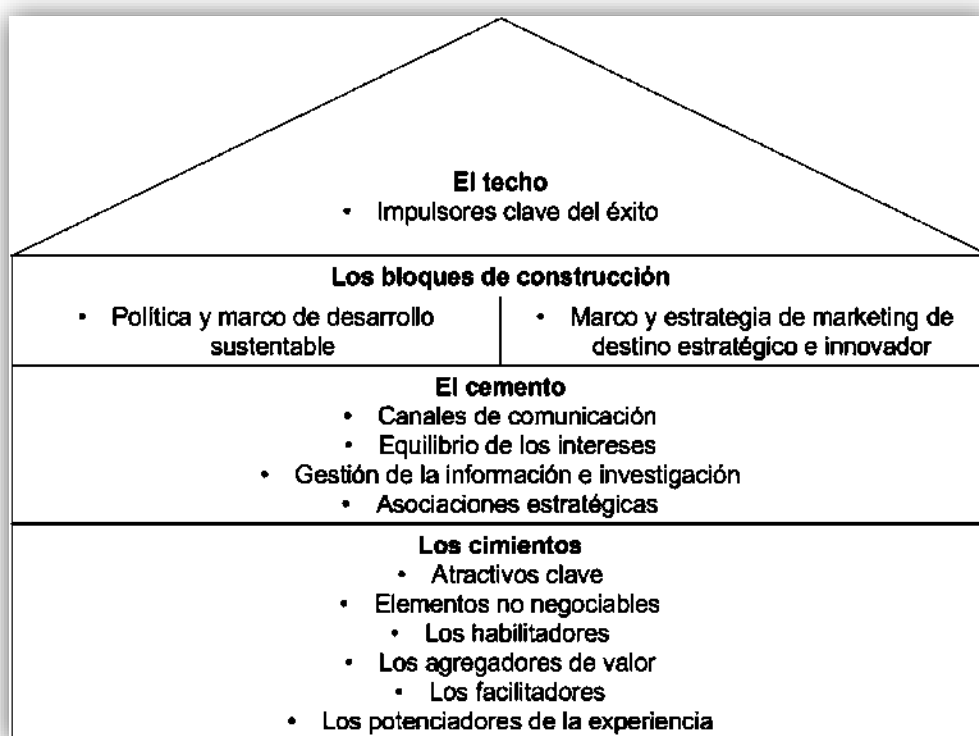
3.3.1.4 Modelo de competitividad turística de Health

Health en el 2003 desarrolló un marco integral de competitividad de destino sostenible en el sur de África y propuso un modelo en forma de una casa con cimientos, cemento, bloques de construcción y techo. Los cimientos proporcionan una base esencial para la competitividad, el cemento une las respectivas facetas de la competitividad, los bloques de

construcción representan los elementos esenciales para hacer que el turismo suceda en un destino; y el techo, comprende los impulsos clave del éxito. En la Figura 15 se representa el modelo de competitividad de destino de Health (2003) incluyendo en cada apartado elementos representativos. A continuación, se describe con más detalle cada uno de los componentes de este modelo:

Figura 15.

Modelo de competitividad de destino de Health



Fuente: elaboración propia con base en Health (2003).

- **Los cimientos:** representan ciertos elementos fundamentales para la competitividad sostenida, estos son: los atractivos clave, los no negociables, los habilitadores, los agregadores de valor, los facilitadores y los potenciadores de la experiencia.
 - Los **atractivos clave** comprenden las razones fundamentales por las que los posibles visitantes seleccionan un destino por encima de otro, se dividen en atractivos heredados (naturales, culturales y de patrimonio) y atractivos creados.

- Los **elementos no negociables** se refieren a la seguridad, protección y salud dentro de un destino.
- Los **habilitadores** representan la base sobre la que se establece una industria turística exitosa, incluyen infraestructura general como carreteras, aeropuertos, trenes, autobuses, suministro de agua, telecomunicaciones, alcantarillado, saneamiento, instalaciones de atención médica, servicios financieros y servicios informáticos.
- Los **agregadores de valor** pueden ser la competitividad de precio, la proximidad a mercados clave y los vínculos estratégicos de destino.
- Los **facilitadores** comprenden instalaciones de transporte, servicios de alimentos, operadores turísticos, agencias de viajes, empresas de alquiler de automóviles, entre otros.
- Los **potenciadores de la experiencia** pueden mejorar considerablemente la experiencia turística, entre ellos se encuentran la autenticidad del destino, la excelencia de la hospitalidad y los servicios ofrecidos.
- **El techo:** concentra a los impulsores clave del éxito, los cuales se centran en la integración de una visión compartida y un liderazgo inspirador, valores y principios rectores claros, así como un énfasis estratégico en el factor gente. Incluye un marco estratégico para delinear los roles de los sectores público y privado, mismos que tienen el potencial de agregar valor a la competitividad general del destino.
- **Los bloques de construcción:** son dos, conllevan una política y un marco de desarrollo sustentable, además de un marco y una estrategia de marketing de destino estratégico e innovador, con enfoque de implementación.
- **El cemento:** representa los canales de comunicación continua y transparente con todas las partes involucradas, así como el equilibrio de sus intereses, la gestión de la información y la investigación como base para la toma de decisiones sensatas, además de asegurar indicadores de competitividad adecuados y puntos de referencia. Se podría decir que uno de los elementos clave del cemento es la creación de asociaciones estratégicas con los interesados directos en el destino.

3.3.1.5 Modelo de competitividad de destino de Ritchie y Crouch

Ritchie y Crouch (1999, 2003) sugieren que la competitividad de los destinos turísticos se puede explicar a través de 4 grupos de elementos:

1. **Los recursos y atractivos básicos:** dicho grupo, a su vez, se compone de 6 categorías que describen los elementos principales que motivan la visita a un destino:
 - **Fisiografía:** incluye la naturaleza general del paisaje y el clima del destino, también define gran parte de la estética y el atractivo visual del destino. Es un factor sobre el que los gestores de destinos tienen poco o ningún control, lo que lo convierte en el único parámetro en torno al cual se deben desarrollar creativamente otros factores.
 - **Cultura e historia:** esta dimensión tiende a definirse por el tiempo y la historia, aunque puede verse como algo más maleable que la fisiografía desde la perspectiva de gestión, ya que la cultura y la historia están fuera del alcance del turismo.
 - **Mercado:** se relaciona con varias dimensiones a lo largo de las cuales un destino establece y construye vínculos con los residentes de las regiones de origen turístico. Este componente también está fuera del control directo de los administradores de destinos turísticos, pero, evoluciona con el tiempo y puede ser influenciado en mayor o menor grado por los responsables de administrar un destino turístico.
 - **Actividades:** representan uno de los aspectos más críticos de la apelación de destino y uno sobre el cuál los gerentes de destino tienen una gran influencia y control. El desafío al que se enfrenta el administrador de destinos turísticos es desarrollar aquellas actividades que aprovechen la fisiografía natural del destino y que se mantengan coherentes con la cultura local y su valor.
 - **Eventos:** representan una extensión de las actividades, se refieren a una amplia gama de sucesos que pueden generar altos niveles de interés y participación tanto por parte de los visitantes como de los residentes; puede abarcar desde modestos festivales comunitarios hasta mega eventos internacionales como los juegos olímpicos.

- **La superestructura del turismo:** se compone principalmente de instalaciones de alojamiento, servicios de alimentos, instalaciones de transporte y atracciones principales que muchos consideran la industria del turismo.
2. **Factores y recursos de apoyo:** desempeñan más que un efecto secundario al ofrecer una base firme sobre la cual se puede establecer una industria turística exitosa. Uno de estos recursos es el alcance y la condición de la **infraestructura** general de un destino, lo cual, incluye la variedad y calidad de los servicios de transporte local, el suministro de agua potable, el saneamiento, los sistemas de comunicación, las instalaciones públicas, entre otros. **Recursos y servicios facilitadores** tales como varias áreas del servicio público, instituciones financieras, la disponibilidad y calidad de los recursos humanos, de conocimiento y de capital locales, las instituciones de educación e investigación, entre otros, proporcionan muchos de los tipos de insumos de los que depende la industria del turismo. El **emprendimiento y el desarrollo de nuevas empresas** en un destino contribuyen a su competitividad y promueven la prosperidad económica y la calidad de vida de los residentes y a su vez el desarrollo del turismo. La **accesibilidad del destino** también es un factor de apoyo, ya que se rige por una amplia variedad de influencias, muchas de las cuales dependen de intereses económicos, sociales o políticos más amplios.
 3. **La gestión de los destinos:** se dirige principalmente a las actividades que consiguen aumentar el atractivo de los recursos centrales y los atractivos en general, fortalecer la calidad y efectividad de los factores y recursos de apoyo, así como adaptarse mejor a las restricciones impuestas por los determinantes calificados. La más tradicional de estas actividades es el **marketing** del destino. También se incluye una dimensión de **servicio** cuyo enfoque va a la satisfacción de los visitantes mediante la calidad de la experiencia total. Un componente más es la **información**, la cual, permite comprender las necesidades de los visitantes para el desarrollo efectivo de productos. Se toma además una visión más amplia a la **estructura organizativa** del destino, lo que a su vez enfatiza en el liderazgo y en el trabajo en equipo. El último elemento de este componente es la **administración de recursos** que conforman el destino, implica

el mantenimiento efectivo y el cuidado para prevenir los daños causados por el turismo.

4. **Los determinantes calificativos:** conforman el último componente del modelo, representan asuntos cuyo resultado en la competitividad de un destino es precisar su escala, límite o potencial, por lo mismo, pueden nombrarse como condiciones situacionales. Estos calificadores suavizan, modifican o aminoran la competitividad del destino al depurar la influencia de los otros tres grupos de componentes; están más allá de la influencia y control del sector turístico. El primero de ellos es la **ubicación** de un destino, un fenómeno adicional se relaciona con **las dependencias** entre destinos de naturaleza competitiva o complementaria. La **seguridad y la protección** dentro de un destino pueden ser un determinante calificador crítico. Finalmente, el último determinante calificador es **el costo** de acudir a un destino.

En su modelo, Ritchie y Crouch (1999, 2003) también incluyen los entornos micro y macro que afectan los cinco componentes de la competitividad del destino. El entorno micro-competitivo de un destino constituye los elementos más destacados que definen su ámbito inmediato de competencia; contempla a miembros del comercio de viajes, mercados turísticos, destinos competitivos y públicos, así como a las partes interesadas de un destino. El entorno macro-competitivo se refiere a una serie de fuerzas de importancia global, como lo son el medio ambiente, la re-estructuración económica de las economías en todo el mundo, los cambios demográficos del mercado, la interfaz tecnológica y los recursos humanos, el surgimiento de la diversidad cultural y la expansión global de la democracia; estas fuerzas representan para un destino, una serie de preocupaciones o problemas que deben superarse o a los cuales deben adaptarse si se quiere seguir siendo competitivo.

En la Figura 16 se esquematiza el modelo de competitividad de destino propuesto por Ritchie y Crouch (1999, 2003), en la cual se pueden observar los 4 grupos que proponen, así como los elementos que integran cada grupo.

Figura 16.

Modelo de competitividad de destino de Ritchie y Crouch



Fuente: Ritchie y Crouch (1999, 2003).

3.3.1.6 Modelo de competitividad de Dwyer y Kim

El modelo propuesto por Dwyer y Kim (2003) reúne los elementos principales de la competitividad nacional y empresarial, así como, los elementos principales de la competitividad en el destino, surgiendo un modelo integrador que contiene muchas de las variables identificadas por Ritchie y Crouch (1993, 2003), pero además reconoce a las condiciones de la demanda como un efecto de la prosperidad económica que resulta de la interacción de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos.

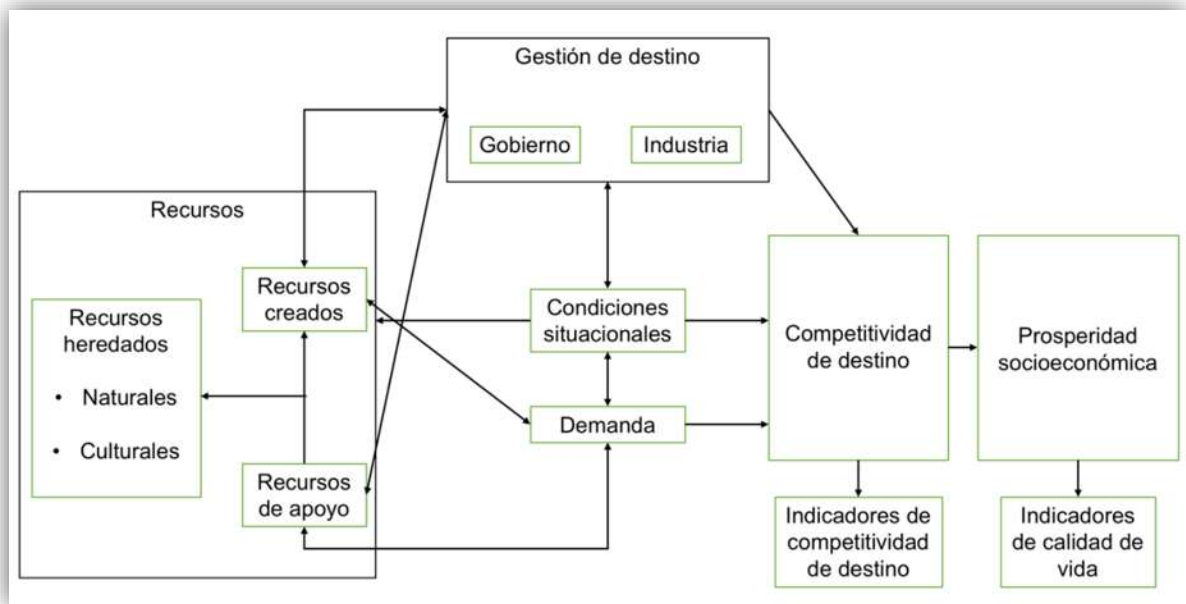
Para Dwyer y Kim (2003) los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos se clasifican en 6 rubros, los cuales se presentan en la Figura 17 y se describen a continuación:

- **Recursos heredados:** consisten en los recursos endógenos exclusivos del territorio, como son los recursos naturales (fauna, flora, fisiografía, clima, etc.) y los recursos culturales (música, historia, arquitectura, costumbres, bailes, etc.). Estos recursos son

esenciales para el desarrollo de la competitividad, pues son los principales atractivos de un destino.

Figura 17.

Modelo de competitividad de los destinos turísticos de Dwyer y Kim



Fuente: traducción propia a partir de Dwyer y Kim (2003).

- **Recursos creados:** se componen por infraestructura turística (comidas, alojamientos, transportes, alquiler de coches, agencias de viajes receptoras, etc.), los servicios turísticos (servicios médicos, seguridad, gasolineras, etc.), los eventos especiales y las actividades (recreativas y deportivas), el ocio y el entretenimiento (festival de cine, teatro, principalmente) y los establecimientos de venta de souvenirs.
- **Factores y recursos complementarios:** dan soporte a la oferta turística, son integrados por infraestructura general (carreteras, aeropuertos, servicios de agua, electricidad, financieros, telecomunicaciones, etc.), calidad del servicio, accesibilidad del destino (capacidad de aeropuertos, capacidad vial, servicio de medios de transporte), hospitalidad (amabilidad de la población local y puntos de información)

y lazos con el mercado (flujos de migración, relaciones comerciales, lengua, cultura, entre otros).

- **Gestión del destino:** comprende las actividades que pueden intensificar el atractivo de los recursos y robustecer tanto la calidad como la confianza de los factores de soporte. Dentro de dichas actividades se encuentran: la gestión del marketing del destino (comprende el desarrollo de nuevos productos, canales de distribución, la política de precios, investigación de mercados, etc.); la generación de políticas y planes para el desarrollo del destino (normas, reglas, directrices y desarrollo, y promoción de objetivos y estrategias); la organización de la gestión del destino (coordinación sector público – privado, obtención de información); el despliegue de los recursos humanos y la diligencia de recursos.
- **Condición situacional:** son los factores que pueden acortar o favorecer la competitividad, como la ubicación geográfica, el microentorno (capacidades y recursos de microempresas turísticas), el macroentorno (entorno económico, demográfico, social, político, legal, principalmente), la seguridad (estabilidad política, crimen, terrorismo, enfermedades, entre otros) y el precio.
- **Condición de la demanda:** esta categoría comprende la percepción y las preferencias del turismo.

3.3.1.7 Modelo de competitividad de los destinos turísticos de Acerenza

De acuerdo con Acerenza (2009), la competitividad de un destino puede ser determinada por las ventajas competitivas que posee determinado lugar, las cuales pueden ser de tipo estructural o funcional. Las ventajas competitivas estructurales son aquellas que dadas por la ubicación geográfica en donde se encuentra la infraestructura turística, en relación a la cercanía de los mercados emisores, y la relación tiempo – costo para llegar al destino de estos mercados. Las ventajas competitivas funcionales son aquellas generadas de acuerdo a la capacidad y habilidad para gestionar los distintos aspectos relacionados con la promoción y comercialización de los servicios y productos turísticos.

Al considerar las ventajas competitivas funcionales dentro de un modelo de competitividad turística, es posible explicar el por qué existen sitios que cuentan con una dotación de recursos importantes y no logran ser competitivos; otros que poseen muchos

recursos turísticos, pero no tienen la capacidad de gestionarlos adecuadamente para lograr su competitividad, lo cual se debe a que no tienen ventajas competitivas funcionales. Para que este tipo de ventaja realmente sea traducida en competitividad, se requiere lo siguiente:

- Que esté relacionada con los atributos que más valoran los turistas de los atractivos que ofrece el destino.
- Que sea significativa, de manera que pueda ser percibida e inciten al turista a visitar el destino; y
- Que sea sostenibles o defendible en el caso que se produzcan variaciones en el entorno del mercado en el cual se actúa.

3.3.1.8 Modelo de competitividad turística de Wei-Chiang

Wei-Chiang (2009) propone que la competitividad de un destino turístico debe estar compuesta por:

- Las ventajas comparativas de Ricardo (RCA) incluidas las condiciones de las dotaciones naturales (ventajas comparativas exógenas) y el grado de cambio tecnológico (ventajas comparativas endógenas).
- Las ventajas competitivas de Porter (PCA) que explican el aumento en el comercio entre países con carteras factoriales similares a las de la determinación del patrón de comercio.
- Gestión del turismo, es decir, proporcionar educación y capacitación de alta calidad a los trabajadores de la industria turística, así como bienes públicos, servicios de apoyo y costos de transacción reducidos para mejorar RCA y PCA.
- Condiciones ambientales nacionales y mundiales.

3.3.1.9 Modelo para evaluar la competitividad de destinos turísticos a través de factores críticos de éxito de Alonso

Dicho modelo se apoya en el principio conceptual de Factores Críticos de Éxito (FCE) que se refiere a un número limitado de áreas, aspectos, condiciones o variables en las que, si los resultados son satisfactorios, garantizan un rendimiento competitivo exitoso. Alonso (2010) estima son 35 los componentes esenciales para un modelo o sistema de información dirigidos a evaluar la competitividad de destinos turísticos desde una perspectiva que se

apoya en el marco conceptual de FCE agrupados en 7 dimensiones, las cuales se muestran en la Tabla 7.

Tabla 7.

Dimensiones y componentes del Modelo Factores Críticos de Éxito de Alonso

Dimensión	Factor crítico de éxito
Aprendizaje y crecimiento: I+D+i	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de los recursos humanos. ▪ Desarrollo e innovación en productos y servicios. ▪ Desarrollo de infraestructura (incluye información de accesibilidad) ▪ Desarrollo e innovación tecnológica, de sistemas (reservas, gestión, comercialización)
Dirección y gestión del destino	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeamiento integral del destino. ▪ Organización y coordinación del destino. ▪ Dirección y gestión estratégica del destino. ▪ Gestión de los recursos humanos del destino. ▪ Gobernanza. ▪ Gestión del marketing del destino. ▪ Gestión turística responsable del destino.
Recursos, estructura turística, infraestructuras y servicios de apoyo y complementarios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recursos humanos. ▪ Facilidades de acceso (accesibilidad). ▪ Protección de los recursos. ▪ Atractivos turísticos. ▪ Infraestructuras generales. ▪ Estructura turística (comodidades turísticas: alojamiento, restauración) ▪ Servicios de apoyo y complementarios.
Desarrollo sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovación, creatividad, singularidad y unicidad del destino. ▪ Sensibilidad medioambiental. ▪ Políticas y prácticas de gestión sostenibles. ▪ Crecimiento social. ▪ Crecimiento económico.
Agentes implicados (stakeholders)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marco global, interrelaciones, “ambiente” entre agentes implicados. ▪ Agentes implicados locales (prestadores de servicios turísticos y de apoyo). ▪ Población residente. ▪ Administraciones públicas turísticas.

Dimensión	Factor crítico de éxito
Cliente (demanda turística)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Satisfacción del cliente. ▪ Fidelización/retención y seguimiento posterior del cliente. ▪ Captación del cliente.
Condiciones del entorno: internacional, nacional y sectorial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hábitos, motivaciones y comportamiento demanda turística. ▪ Evolución Tics y condiciones internacionales del transporte. ▪ Condiciones económicas globales. ▪ Condiciones de éxito mundiales exigidas a un destino turístico. ▪ Condiciones entorno nacional y sectorial.

Fuente: Alonso, (2010).

3.3.1.10 Modelo de análisis de la competitividad turística de Jiménez y Aquino

El modelo propuesto por Jiménez y Aquino (2012) se trata de un modelo que permite analizar la competitividad de un destino mediante el estudio sucesivo de grupos de factores con efectos comunes en la relación turista – destino ocurridos en diferentes momentos, así como los resultados finales producto de esa relación en términos de satisfacción del turista, cuidado del ambiente, equidad y eficiencia económica. Su propuesta parte de la idea de una cadena de valor y está formado por cuatro grandes bloques de factores (accesibilidad, los amplificadores o reductores, las condiciones del destino y los resultados), distribuidos en tres columnas y un triángulo, que tienen una relación y efecto continuo, principalmente de derecha a izquierda, aunque también opera a la inversa. Lo anterior, se representa en la Figura 18.

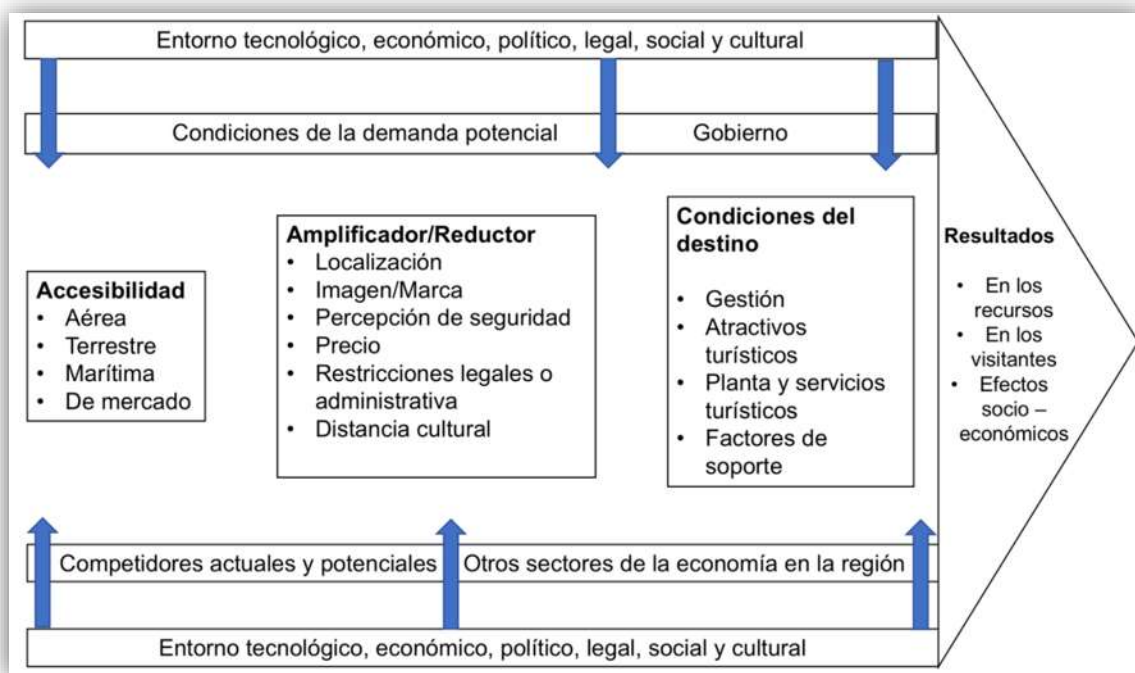
Los modelos anteriores proporcionan elementos importantes para el análisis y explicación de la competitividad turística, pero sus debilidades radican en que muchos destinos no disponen de información suficiente para evaluar las fuentes de competitividad turística, además de la falta de una ponderación que indique el orden de importancia de cada uno de los factores y no se elaboran indicadores que permitan medir los recursos de los destinos (Garau, 2006).

Por otra parte, se encontraron los siguientes elementos en común entre los modelos, partiendo de las variables que toman en consideración:

- Los modelos que manifiestan interés en el medio ambiente son los propuestos por: Poon (1993), Hassan (2000), Health (2003), Wei-Chiang (2009) y Alonso (2000).

Figura 18.

Modelo de competitividad turística de Jiménez y Aquino



Fuente: elaboración propia con base en Jiménez y Aquino, (2012).

- Los modelos que mencionan la gestión del destino de manera directa son los propuestos por: Ritchie y Crouch (1999, 2003), Kim (2001), Dywer y Kim (2003), Wei-Chiang (2009), Alonso (2010), así como, Jiménez y Aquino (2012); y de manera inmersa dentro de la variable impulsores clave del éxito lo hace Health (2003).
- Los modelos que consideran la ventaja comparativa son los desarrollados por: Hassan (2000) y Wei-Chiang (2009), sin embargo, no la abordan desde un mismo enfoque.
- Los modelos que toman en cuenta las ventajas competitivas son los elaborados por: Acerenza (2009) y Wei Chiang (2009).
- Los modelos que manifiestan interés en la infraestructura turística como factor o recurso de apoyo son los propuestos por: Hassan (2009), Health (2003), Ritchie y Crouch (1999, 2003), Kim (2001), Dwyer y Kim (2003), Alonso (2010), además de Jiménez y Aquino (2012).

- Los modelos que consideran los recursos y atractivos clave del éxito son los desarrollados por: Health (2003), Ritchie y Crouch (1999, 2003), Kim (2001), Dwyer y Kim (2003), así como, Jiménez y Aquino (2012).
- Los modelos que hacen mención de la demanda son los elaborados por: Hassan (2000), Kim (2001), Dwyer y Kim (2003) y Alonso (2010).
- Los modelos que toman en cuenta el precio o costo turístico son los propuestos por: Health (2003), Ritchie y Crouch (1999, 2003), Kim (2001), Dwyer y Kim (2003), además de Jiménez y Aquino (2012).
- Los modelos que se interesan en la ubicación/localización del destino son los desarrollados por: Ritchie y Crouch (1999, 2003), Dwyer y Kim (2003), así como, Jiménez y Aquino (2012).
- Los modelos que se refieren al micro y macro entorno o al entorno en general son los elaborados por: Ritchie y Crouch (1999, 2003), Kim (2001), Dwyer y Kim (2003), Alonso (2010), además de Jiménez y Aquino (2012).
- Los modelos que consideran a la seguridad son los propuestos por: Ritchie y Crouch (1999, 2003), Dwyer y Kim (2003), además de Jiménez y Aquino (2012).

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA

La metodología que se siguió en esta investigación se muestra en el presente apartado. Se inicia señalando el tipo de estudio, seguido del método de investigación. A continuación, se indica el universo de estudio junto con el horizonte temporal. Se establece un apartado que detalla las fuentes para la recolección de datos y finalmente, se presentan las técnicas y herramientas estadísticas utilizadas para determinar la competitividad turística y el PIB Turístico de los Pueblos Mágicos, así como para evaluar la relación entre dichas variables.

4.1 Tipo de investigación

El proceso metodológico que se está siguiendo es el propuesto por Hernández, Fernández y Baptista (2010) que consiste en: idea, planteamiento del problema, revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico, visualización del alcance del estudio, elaboración de hipótesis y definición de variables, desarrollo del diseño de investigación, definición y selección de la muestra (cabe mencionar que en este caso, se tomará el 100% de la población, es decir, los 132 pueblos mágicos), recolección de los datos, análisis de los datos y elaboración del reporte de resultados.

El enfoque de esta investigación es cuantitativo ya que está fundamentada en la medición de las características de los fenómenos sociales (Bernal, 2010), en este caso la competitividad turística y el PIB turístico. Con respecto al diseño de la investigación, en un primer momento se plantea que sea de tipo descriptiva en donde se infiere que los pueblos mágicos como destinos turísticos cuentan con una serie de características que los hacen objeto de estudio, en un segundo instante será de tipo correlacional, pues se busca mostrar la relación entre dos variables: la competitividad turística y el PIB turístico; además es transversal pues se obtendrán datos de la población en un momento particular. Finalmente, se lleva a un estudio de tipo explicativo buscando probar las hipótesis propuestas y entender las causas y efectos que explican la relación entre las variables antes mencionadas.

4.2 Método de investigación

La presente investigación utiliza el método inductivo y deductivo, inductivo porque se utilizará el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general (Bernal, 2010), en este caso, a partir de hechos como los recursos heredados, creados y de apoyo se llegará a la Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos. Además, se utilizará el método deductivo, porque se tomarán conclusiones generales para obtener explicaciones particulares (Bernal, 2010), en este caso, se está partiendo de los modelos de competitividad turística, para obtener uno propio aplicable a los Pueblos Mágicos de México y posteriormente relacionarlo al PIB turístico.

4.3 Universo de estudio y horizonte temporal

El universo de estudio de esta investigación está conformado por las 132 localidades existentes en México que cuentan con el nombramiento de pueblo mágico desde el 2001 que inició el programa hasta el 2020. Ver Anexos, Tabla 36. Se pretende realizar este trabajo con la información disponible del año 2020.

4.4 Recolección de los datos

Variable independiente: Competitividad turística

Se define como la capacidad de un destino para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas, incluidos bienes y servicios de valor agregado que los turistas consideran importantes (Wei – Chiang, 2009).

En la Tabla 8 se presentan las dimensiones, sub-dimensiones e indicadores de la variable independiente, así como las fuentes de información que se consultaron para obtener los datos.

Tabla 8.

Dimensiones, sub-dimensiones e indicadores de la variable independiente

Dimensión	Sub-dimensión	Nombre del Indicador	Métrica del Indicador	Tipo de variable	Fuente de información
Recursos heredados	Recursos naturales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Áreas naturales 2. Grutas, parques naturales y otros sitios similares. 3. Temperatura media 4. Precipitaciones totales 5. Oferta de playa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de áreas naturales protegidas por tipo. 2. Número de grutas, parques naturales y otros sitios. 3. Grados centígrados 4. Intensidad de precipitación 5. Número de playas en el destino 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuantitativa discreta 2. Cuantitativa discreta 3. Cuantitativa discreta 4. Cuantitativa discreta 2. Cuantitativa discreta 	<p>Secretaría de Turismo, Pueblos Mágicos</p> <p>Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas</p> <p>Sistema Meteorológico Nacional</p> <p>TripAdvisor</p>
	Recursos culturales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Festividades culturales 2. Patrimonio de la humanidad 3. Sitios arqueológicos 4. Monumentos históricos 5. Catedrales 6. Museos 7. Población indígena 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de festividades 2. Número de sitios denominados patrimonios de la humanidad. 3. Número de zonas arqueológicas 4. Número de monumentos históricos 5. Número de catedrales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuantitativa discreta 2. Cuantitativa discreta 3. Cuantitativa discreta 4. Cuantitativa discreta 5. Cuantitativa discreta 	<p>Sistema de Información Cultural de México</p>

Dimensión	Sub-dimensión	Nombre del Indicador	Métrica del Indicador	Tipo de variable	Fuente de información
			6. Número de museos 7. Número de pueblos indígenas	6. Cuantitativa discreta 7. Cuantitativa discreta	
Recursos creados	Infraestructura turística	1. Infraestructura hotelera (Hoteles, Casa de huéspedes, Cabañas, Posadas) 2. Infraestructura de restaurantes y bares (Bares, Restaurantes, Cafeterías) 3. Agencias de viajes 4. Operadoras de tours 5. Alquiler de autos 6. Alquiler de autobuses, remolques. 7. Establecimientos de venta de souvenirs. 8. Transporte turístico.	1. Número de hoteles, casa de huéspedes, cabañas, posadas 2. Número de bares, restaurantes, cafeterías. 3. Número de agencias de viajes. 4. Número de operadoras de tours. 5. Número de establecimientos de alquiler de autos. 6. Número de establecimientos de alquiler de autobuses y remolques. 7. Número de establecimientos de venta de souvenirs (tiendas de artesanías).	1. Cuantitativa discreta 2. Cuantitativa discreta 3. Cuantitativa discreta 4. Cuantitativa discreta 5. Cuantitativa discreta 6. Cuantitativa discreta 7. Cuantitativa discreta 8. Cuantitativa discreta	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

Dimensión	Sub-dimensión	Nombre del Indicador	Métrica del Indicador	Tipo de variable	Fuente de información
			8. Número de establecimientos de transporte turístico		
	Eventos	1. Actividades recreativas 2. Actividades deportivas 3. Teatro 4. Cine 5. Festivales	1. Número de establecimientos para el desarrollo de actividades recreativas. 2. Número de establecimientos para el desarrollo actividades deportivas. 3. Número de teatros. 4. Número de cines. 5. Número de festivales.	1. Cuantitativa discreta 2. Cuantitativa discreta 3. Cuantitativa discreta 4. Cuantitativa discreta 5. Cuantitativa discreta	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas Sistema de Información Cultural
	Servicios complementarios al turismo	1. Servicio médicos 2. Gasolineras 3. Servicio bancario/financieros 4. Centros cambiarios 5. Jardines botánicos y zoológicos 6. Parques de diversiones y temáticos	1. Número de establecimientos de servicio médico. 2. Número de gasolineras. 3. Número de servicio bancario/financiero. 4. Número de centros cambiarios. 5. Número de jardines botánicos y zoológicos.	1. Cuantitativa discreta 2. Cuantitativa discreta 3. Cuantitativa discreta 4. Cuantitativa discreta 5. Cuantitativa discreta	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

Dimensión	Sub-dimensión	Nombre del Indicador	Métrica del Indicador	Tipo de variable	Fuente de información
		7. Parques acuáticos y balnearios	6. Número de parques de diversiones y temáticas. 7. Número de parques acuáticos y balnearios	6. Cuantitativa discreta 7. Cuantitativa discreta	
Recursos de apoyo	Infraestructura general	1. Planes de desarrollo turístico. 2. Tratamiento de aguas residuales.	1. Se cuenta con planes de desarrollo turístico. 2. Se cuenta con tratamiento de aguas residuales	1. Cuantitativa dicotómica 2. Cuantitativa dicotómica	Secretaría de Turismo, Pueblos Mágicos
	Accesibilidad del destino	1. Servicio de transporte terrestre. 2. Servicio de transporte aéreo. 3. Servicio de transporte marítimo.	1. Número de servicios de transporte terrestre. 2. Número de servicios de transporte aéreo. 3. Número de servicios de transporte marítimo	1. Cuantitativa discreta 2. Cuantitativa discreta 3. Cuantitativa discreta	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión de la literatura.

Variable dependiente: PIB turístico

Definición: Es el valor del mercado de todos los bienes y servicios finales producidos por los factores de producción ubicados en el país en el sector turístico en el transcurso de un año (Astudillo, 2012).

En la Tabla 9 se presentan los indicadores de la variable dependiente, así como las fuentes de información que se consultaron para obtener los datos.

Tabla 9.

Indicadores de la variable dependiente

Nombre del indicador	Métrica del indicador	Fuente de información
PIB en millones de pesos	PIB del Sector Turístico expresado en miles de millones de pesos	Sistema Automatizado de Información Censal del Instituto Nacional de Estadística y Geografía
PIB turístico en % del PIB	PIB del Sector Turístico expresado en % del PIB	

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (2020).

4.5 Análisis de los datos

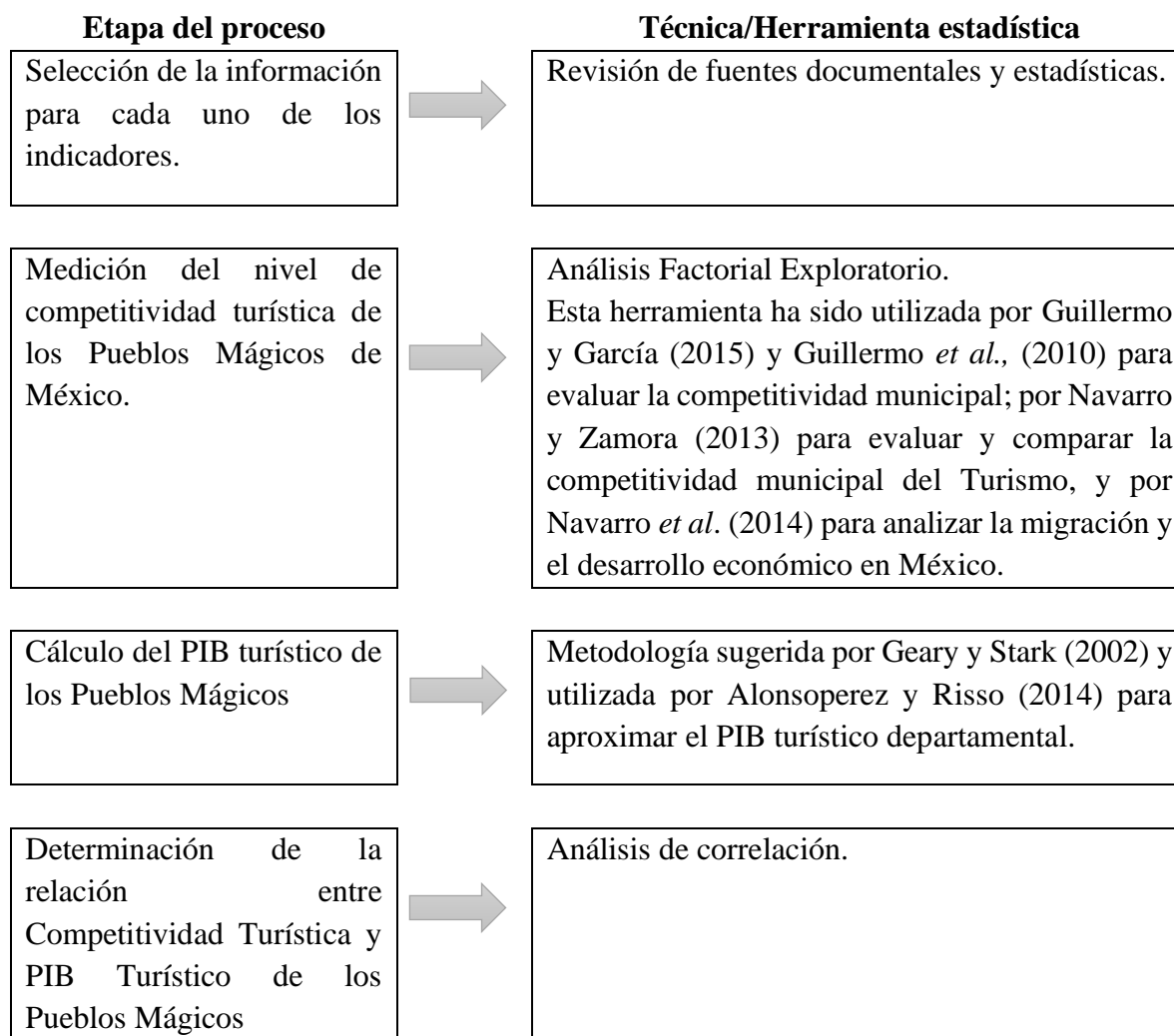
En este apartado se explican las técnicas y herramientas estadísticas utilizadas para medir la competitividad turística y calcular el PIB turístico de los Pueblos Mágicos, así como para determinar la relación entre ambas variables. En la Figura 19, se muestra el proceso metodológico que se siguió para la recolección y el análisis de datos.

4.5.1 Selección de la información para cada uno de los indicadores

La selección de la información se realizó conforme a los indicadores mencionados en las Tablas 8 y 9, se consultaron diversas fuentes para poder integrar una base de datos en Excel con los datos obtenidos. Cada indicador se obtuvo para cada uno de los municipios en los cuales se encuentran los Pueblos Mágicos de México.

Figura 19.

Proceso metodológico para la recolección y análisis de datos



Fuente: Elaboración propia a partir de los autores mencionados en la misma.

4.5.2 Medición del nivel de competitividad turística de los Pueblos Mágicos

Para medir el nivel de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio como lo desarrolló Guillermo *et al.*, (2010) y Guillermo y García (2015) para evaluar el índice de competitividad municipal en los municipios de Puebla y en municipios de zonas metropolitanas de los diferentes estados de la República Mexicana. La metodología propuesta por Guillermo *et al.*, (2010) posteriormente fue replicada por Navarro y Zamora (2013) para examinar la competitividad municipal del turismo en Michoacán.

El Análisis Factorial también fue utilizado en los trabajos de investigación realizados por García y Grande (2005) para desarrollar una metodología que considere la perspectiva de la demanda a la hora de diseñar la oferta de turismo rural; Álvarez *et al.*, (2012) para analizar las motivaciones que llevan al sector turístico a implementar y certificar Sistemas de Gestión de la Calidad; Álvarez *et al.*, (2013, 2014a) para analizar las relaciones de dependencia entre los factores críticos de la calidad en el sector de alojamiento turístico en España, Álvarez *et al.*, (2014b) para analizar el nivel de implementación de la calidad en balnearios españoles y Navarro *et al.*, (2014) para analizar el fenómeno migratorio en México y su interrelación con el desarrollo económico; entre otros estudios.

El Análisis Factorial es una técnica multivariante que tiene como objeto simplificar las múltiples y complejas relaciones que puedan existir entre un conjunto de variables observadas $X_1, X_2 \dots X_p$. Concretamente, se trata de encontrar un conjunto de $k < p$ factores no directamente observables $F_1, F_2 \dots F_k$ que expliquen suficientemente a las variables observadas perdiendo el mínimo de información, de modo que sean fácilmente interpretables (Principio de interpretabilidad) y que sean los menos posibles, es decir, k pequeño (Principio de parsimonia). Los factores también deben extraerse de manera que resulten independientes entre sí (ortogonales) (Pérez, 2004)

En este caso, el Análisis Factorial Exploratorio permitió analizar los indicadores de cada sub-dimensión de cada dimensión que compone la variable de Competitividad Turística. Lo anterior se expresa de la siguiente manera:

$$x_{ij} = \lambda_1 f_{i1} + \lambda_2 f_{i2} + \dots + \lambda_k f_{ik} + u_{ij} \quad \text{Ecuación (1)}$$

Donde:

x_{ij} es el valor de la i -ésima observación de la j -ésima variable

λ_{kj} es el conjunto de coeficientes lineales llamados cargas factoriales

f_{ik} es la i -ésima observación del k -ésimo factor común (variable latente) con media 0 y varianza 1

u_{ij} es un término de error aleatorio conocido como el factor único o factor específico asociado a la j -ésima variable. Este factor explica la variabilidad en x_j que no es compartida

con otras variables de la matriz de variables observadas (incluyendo la varianza ocasionada por errores asociados a la poca fiabilidad en la recolección de datos).

El modelo anterior, tiene los siguientes supuestos básicos:

1. Los factores únicos o específicos tienen media cero y no están correlacionados:

$$E(u_{ij}) = 0; Cov(u_{is}, u_{it}) = 0, \forall s \neq t$$

2. Los factores comunes y los factores específicos son independientes:

$$Cov(f_{ik}, u_{ij}) = 0, \forall k = 1, 2, \dots, K; j = 1, 2, \dots, p$$

Cabe señalar que las variables observadas son únicamente las x_j 's y todos los demás elementos del lado derecho de la ecuación (1) deberán ser estimados mediante una matriz de correlaciones entre las variables observadas.

La varianza total de x_j está dada entonces por:

$$Var(x_j) = \lambda_{1j}^2 + \lambda_{2j}^2 + \dots + \lambda_{Kj}^2 + \psi_j^2$$

Donde:

$\sum_{k=1}^K \lambda_{kj}^2 = \lambda_j^2$ es conocida como varianza común o comunalidad, es decir, aquella que la variable x_j comparte con todas las variables en el análisis, y ψ_j^2 es la varianza única o asociada solamente con la variable x_j .

A continuación, se extrajeron los factores mediante el método de los componentes principales. En seguida, se rotaron los factores para identificar la estructura de asociación entre variables y factores, se utilizó el Método Varimax. El efecto de rotación es redistribuir la varianza para obtener un patrón de factores o componentes con un mayor significado (Kendall y W. R., 1990). El método de redistribución Varimax se centra en simplificar al máximo los vectores de las columnas de factores (componentes), la simplificación máxima se alcanza al llegar a valores como +1 (asociación positiva) o -1 (asociación negativa) y otras cargas cercanas a 0 (ausencia de asociación) (Santos *et al.*, 2003).

Importante mencionar que se llevaron a cabo las pruebas de adecuación para la utilización del análisis factorial, se utilizaron la matriz de correlaciones, su determinante, la prueba de esfericidad de Bartlett y el estadístico Káiser-Meyer-Olkin-KMO. Una vez obtenidos los factores, se obtuvieron sus puntuaciones a través del Método de Regresión. Por último, para determinar la Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos, se obtendrá el promedio ponderado de los resultados obtenidos.

4.5.3 Calculo del PIB Turístico de los Pueblos Mágicos

Se utilizó la metodología sugerida por Geary y Stark (2002) y utilizada por Alonsoperez y Risso (2014) para aproximar el PIB turístico departamental. En el caso de México, INEGI estima la producción turística a nivel nacional y estatal a través de la suma de la producción de cada una de las actividades características del turismo. Partiendo de lo anterior el PIB Turístico de los Pueblos Mágicos se obtendrá de sumar la producción de las actividades turísticas de cada uno de ellos, como se expresa en la siguiente ecuación (2).

$$Y_{PMx} = \sum Y_i \quad \text{Ecuación (2)}$$

Donde Y_i es la producción de la actividad turística i en el Pueblo Mágico x el cual también puede ser definido como se muestra a continuación:

$$Y_i = \sum_{i=1}^{i=9} y_{ij} L_{ij}$$

Donde y_{ij} es el producto medio por trabajador en el departamento i en la actividad j ; y L_{ij} es el correspondiente número de trabajadores. Geary y Stark (2002) afirman que se puede encontrar información para calcular la ecuación anterior, con excepción de y_{ij} , entonces postulan que y_{ij} y y_j (el producto por trabajador en la actividad j) se refleja en la relación con el salario pagado en la actividad, es decir, $y_{ij} = y_j \left(\frac{w_{ij}}{w_j} \right)$, lo cual se sustituye en la ecuación anterior, quedando de la siguiente manera:

$$Y_i = \sum_{j=1}^{i=9} y_j \left(\frac{w_{ij}}{w_j} \right) L_{ij} \quad \text{Ecuación (3)}$$

La ecuación 3 representa el PIBT para el estado i y es la base para aproximar el PIBT de México, ya que se cuenta con la información. Del mismo modo, una vez que se cuente con la aproximación a nivel estatal, se partirá de esta información para desarrollar la aproximación a nivel municipal de cada estado.

4.5.4 Determinación de la relación entre Competitividad Turística y PIB Turístico de los Pueblos Mágicos

Para evaluar la relación entre la Competitividad Turística y el PIB Turístico se llevó a cabo un análisis de correlación. Este tipo de análisis tiene el objetivo de medir la fuerza o el grado de asociación lineal entre dos variables (Gujarati y Porter, 2010). Se utilizó el método de los mínimos cuadrados ordinarios para llevar a cabo la regresión lineal entre la competitividad turística (variable independiente) y el PIBT (variable dependiente), así como entre los factores de competitividad (variables independientes) y el PIBT (variables dependiente).

4.5.5 Software estadístico

Para llevar a cabo los análisis antes expuestos se usó el software estadístico R Studio y se apoyó de Excel para integrar las bases de datos.

CAPÍTULO V. RESULTADOS

En el presente capítulo se muestra el Índice de Competitividad Turística de los pueblos mágicos obtenido mediante un análisis factorial exploratorio; enseguida se muestra el Producto Interno Bruto de cada pueblo mágico estimado a partir de la Producción Bruta Total de las actividades características del turismo y finalmente, se presenta un avance del cálculo de la relación que existe entre ambas variables.

5.1 La competitividad turística de los Pueblos Mágicos

Existen 132 Pueblos Mágicos en México al 2020, mismos que se pueden observar en la Tabla 36; es importante notar que se otorgó un nombramiento a San Martín de las Pirámides y Teotihuacán, sin embargo, dichas localidades se encuentran en municipios diferentes, ambos en el Estado de México, razón por la cuál se han incluido datos de ambos municipios y se tiene un total de 133 individuos objeto de estudio. Los datos de estudio se han tomado a nivel municipal debido a que en varios casos este es el último nivel de desagregación de la información que proporciona INEGI, además de que la promoción turística de los Pueblos Mágicos puede considerar atractivos turísticos que se encuentran alrededor del mismo.

Para cada uno de los 133 municipios que albergan Pueblos Mágicos se obtuvo la información correspondiente a las variables que se presentaron en la Tabla 8, generando una base de datos en Excel. Una vez conformada la base de datos se procedió a realizar el análisis factorial exploratorio en R Studio, atendiendo los pasos que se presentan a continuación. Cabe mencionar que el Código realizado en R Studio se encuentra en el apartado de anexos.

Paso 1. Tipificación de las variables

Este primer paso busca que todas las variables tengan una contribución semejante a la determinación de las proximidades y a su vez no existan variables que por el hecho de ser muy dispersas contribuyan más al cálculo de las distancias (Pérez, 2004), esto se logra con una transformación de la distribución normal estándar con media cero y varianza uno mediante la ecuación (Zamora y Cruz, 2020):

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

Donde Y_{ij} es la variable j del individuo i , Y_j es la media aritmética de la variable j , S_j es la desviación estándar de la variable j .

Paso 2. Aplicación de contrastes previos a la extracción de factores

Este paso pretende analizar la pertinencia de la aplicación del análisis factorial al conjunto de variables observables de los Pueblos Mágicos, al respecto se tienen la matriz de correlaciones entre las variables y su determinante, la prueba de esfericidad de Bartlett y la prueba de adecuación de Káiser-Meyer-Olkin (KMO). El planteamiento radica en saber si las p variables originales están correlacionadas entre sí o no lo están, en caso de que no estén correlacionadas no existirían factores comunes y, por lo tanto, no tendría caso aplicar un análisis factorial.

a) Matriz de correlaciones y determinante

Esta primera prueba busca probar la correlación entre las variables, para ello se plantearon las siguientes hipótesis:

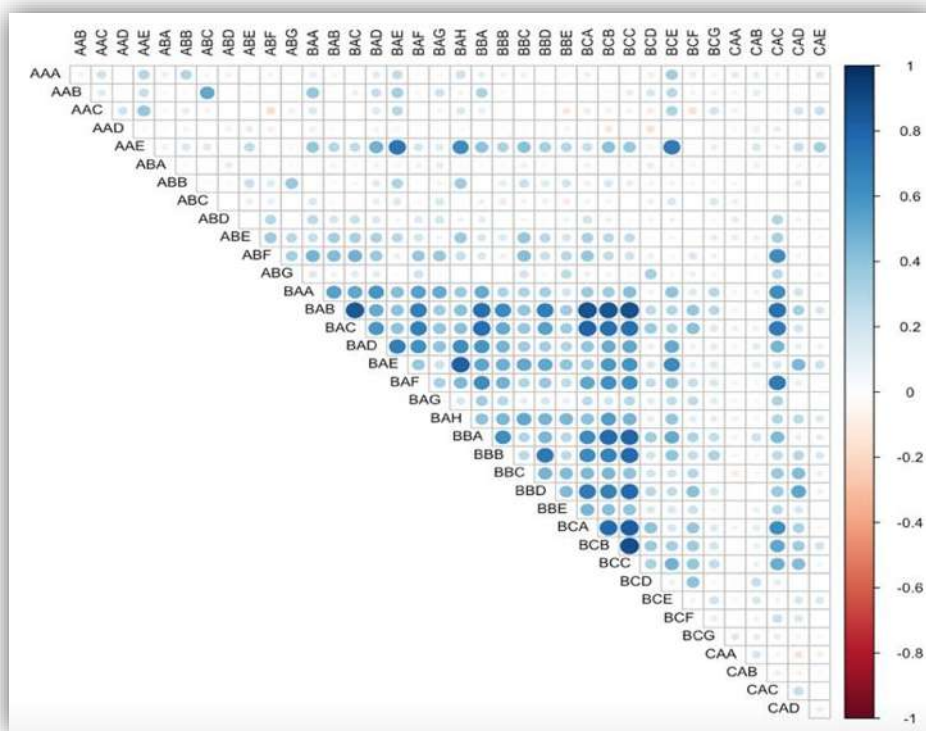
H_0 : La determinante de la matriz de correlaciones es cercana a 1, por lo tanto, no existe correlación entre las variables y no es posible realizar el Análisis Factorial Exploratorio.

H_1 : La determinante de la matriz de correlaciones es cercana a 0, por lo tanto, existe correlación entre las variables y es posible realizar el Análisis Factorial Exploratorio.

Se obtuvo la matriz de correlaciones y la determinante en R Studio, el resultado se puede visualizar en la Figura 20 y en la Tabla 10. La Figura 20, presenta gráficamente las correlaciones existentes entre las variables, de dicha figura se ha omitido la diagonal ya que representa la correlación de una variable con ella misma y en todos los casos la correlación de una variable con ella misma es 1. La Tabla 10 presenta el valor de la determinante, el cuál se observa es cercano a 0, por lo tanto, de las hipótesis previamente planteadas se rechaza H_0 y se concluye que existe correlación entre las variables y que se posible realizar el Análisis Factorial Exploratorio.

Figura 20.

Gráfico de correlaciones entre las variables.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 10.

Determinante de la matriz de correlación

Determinante de la matriz	
Determinante	4.799733E – 12

Fuente: elaboración propia.

b) Prueba de esfericidad de Bartlett

En esta segunda prueba se busca determinar el grado de correlación general entre las variables, así como la conveniencia del análisis factorial exploratorio para el estudio que se propone (Zamora y Cruz, 2020), en este sentido, se plantearon las siguientes hipótesis:

H_0 : La correlación entre las variables es nula.

H_1 : La correlación entre las variables no es nula.

El valor de α que se seleccionó es 0.05. En la Tabla 11, se observa que el *p.value* obtenido en la prueba de esfericidad de Bartlett es 0, entonces $p.value < \alpha$, lo que permitió rechazar H_0 y concluir que existe correlación entre las variables, por lo tanto, es posible realizar el Análisis Factorial Exploratorio.

Tabla 11.

Prueba de esfericidad de Bartlett

Chi-cuadrada	3646.712
Df	666
P-value	0

Fuente: elaboración propia.

c) Prueba de adecuación KMO

Enseguida se realizó la prueba de adecuación muestral de Káiser-Meyer-Olkin, esta prueba permite obtener la medida de suficiencia de muestreo general (MSAg), así como de las variables individuales (MSAj) ayudando a excluir aquellas variables cuyo aporte es inaceptable o no significativo ($KMO_j < 0.5$). Al respecto Hair *et al.*, (2009) indican la interpretación a los valores obtenidos en dicho Índice, ver Tabla 12.

Tabla 12.

Índice KMO y su interpretación

Valor	Interpretación
0.8 – 1	Meritorio
0.6 – 0.79	Regular
0.5 – 0.59	Pobre
< 0.5	Inaceptable

Fuente: elaboración propia a partir de Hair *et al.*, (2009).

Se plantearon las siguientes hipótesis para la medida de suficiencia muestral general:
 H_0 : $MSAg < 0.5$, por lo tanto, no es conveniente realizar Análisis Factorial Exploratorio.
 H_1 : $MSAg > 0.5$, por lo tanto, es conveniente realizar Análisis Factorial Exploratorio.

Para la medida de suficiencia muestral de cada variable, las hipótesis planteadas fueron las siguientes:

H_0 : $MSAj < 0.5$, por lo tanto, no es conveniente dejar la variable en el modelo.

H_1 : $MSAj > 0.5$, por lo tanto, es conveniente dejar la variable en el modelo.

La Figura 21 presenta los valores obtenidos para $MSAg$ y $MSAj$. El $MSAg$ obtenido es 0.78, lo que permite rechazar la H_0 , es decir, el modelo en su conjunto es válido para realizar Análisis Factorial Exploratorio, cuya interpretación de dicho valor es regular de acuerdo a la Tabla 12. Al observar los valores $MSAj$ de cada variable, se encontró que las variables AAB (Grutas, parques nacionales y otros similares), AAD (Precipitaciones totales), ABA (Festividades culturales), ABC (Sitios arqueológicos), ABG (Pueblos Indígenas), CAA (Planes de desarrollo turístico), CAE (Transporte marítimo), presentaron un $MSAj$ menor al 0.5, lo que señala que su aporte es inaceptable al modelo, por tal razón para dichas variables se acepta H_0 y se eliminan del modelo. Las 30 variables restantes presentan un valor $MSAj$ mayor a 0.5, por lo tanto, para estas variables se rechaza H_0 y se decide que continúan en el modelo.

Figura 21.

Resultado obtenidos en la prueba KMO

```

Kaiser-Meyer-Olkin factor adequacy
Call: KMO(r = r_r)
Overall MSA = 0.78
MSA for each item =
  AAA  AAB  AAC  AAD  AAE  ABA  ABB  ABC  ABD  ABE  ABF  ABG  BAA  BAB  BAC  BAD  BAE
0.55 0.48 0.70 0.34 0.78 0.17 0.59 0.49 0.58 0.74 0.79 0.44 0.84 0.81 0.91 0.87 0.76
  BAF  BAG  BAH  BBA  BBB  BBC  BBD  BBE  BCA  BCB  BCC  BCD  BCE  BCF  BCG  CAA  CAB
0.86 0.74 0.77 0.86 0.76 0.80 0.84 0.78 0.84 0.89 0.83 0.62 0.73 0.70 0.57 0.37 0.52
  CAC  CAD  CAE
0.85 0.69 0.29
  
```

Fuente: elaboración propia.

En general, con la aplicación de los contrastes previos a la extracción de factores, se tienen los fundamentos para decir que se puede realizar el Análisis Factorial Exploratorio; sin embargo, como se han eliminado 7 variables en la tercera prueba de contraste, se tomó la

decisión de realizar nuevamente las tres pruebas de contraste (Matriz de correlaciones y determinante, pruebas de esfericidad de Bartlett y prueba KMO), la Tabla 13, así como las Figuras 22 y 23 presentan los resultados de dichas pruebas aplicadas a las 30 variables que se han conservado en el modelo.

Tabla 13.

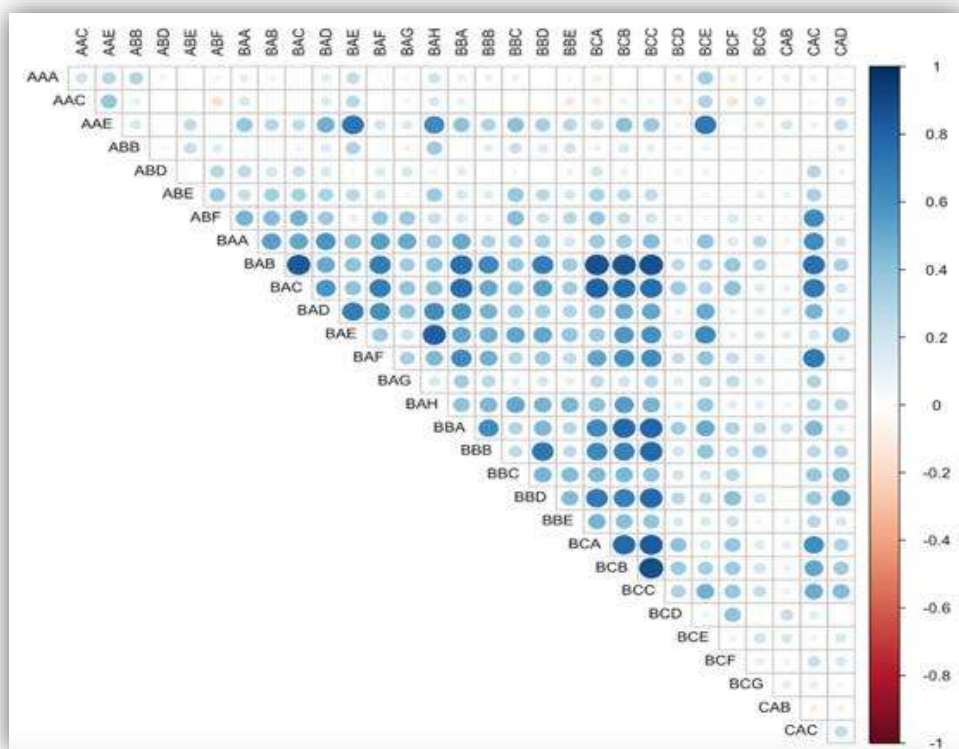
Prueba de esfericidad de Bartlett con 30 variables

Chi-cuadrada	3172.779
Df	435
P-value	0

Fuente: elaboración propia.

Figura 22.

Gráfico de correlaciones entre las 30 variables



Fuente: elaboración propia.

Figura 23.

Resultados de la prueba KMO con 30 variables

```
Kaiser-Meyer-Olkin factor adequacy
Call: KMO(r = dts_n)
Overall MSA = 0.83
MSA for each item =
  AAA AAC AAE ABB ABD ABE ABF BAA BAB BAC BAD BAE BAF BAG BAH
0.62 0.71 0.76 0.71 0.73 0.75 0.81 0.87 0.88 0.92 0.89 0.80 0.86 0.82 0.80
  BBA BBB BBC BBD BBE BCA BCB BCC BCD BCE BCF BCG CAB CAC CAD
0.87 0.84 0.86 0.86 0.88 0.84 0.87 0.87 0.68 0.71 0.75 0.69 0.48 0.87 0.68
```

Fuente: elaboración propia.

Se encontró que la determinante se mantuvo cercana a 0 ($4.306546E - 12$), la prueba de esfericidad de Bartlett arrojó un *p.value* menor a α , el valor del MSAg se incrementó de 0.78 a 0.83, cuya interpretación de este nuevo valor es “Meritorio”. Sin embargo, al revisar el valor MSAj de cada variable, se detectó un valor menor a 0.5, en este caso corresponde a la variable CAB (Tratamiento de aguas residuales). Nuevamente se tomó la decisión de eliminar dicha variable del modelo y realizar nuevamente las pruebas de contraste ahora para las 29 variables que se han conservado. Los resultados de esta tercera ronda de pruebas, se presentan en la Tabla 14, así como en las Figuras 24 y 25.

Tabla 14.

Prueba de esfericidad de Bartlett con 29 variables

Chi-cuadrada	3141.998
Df	406
P-value	0

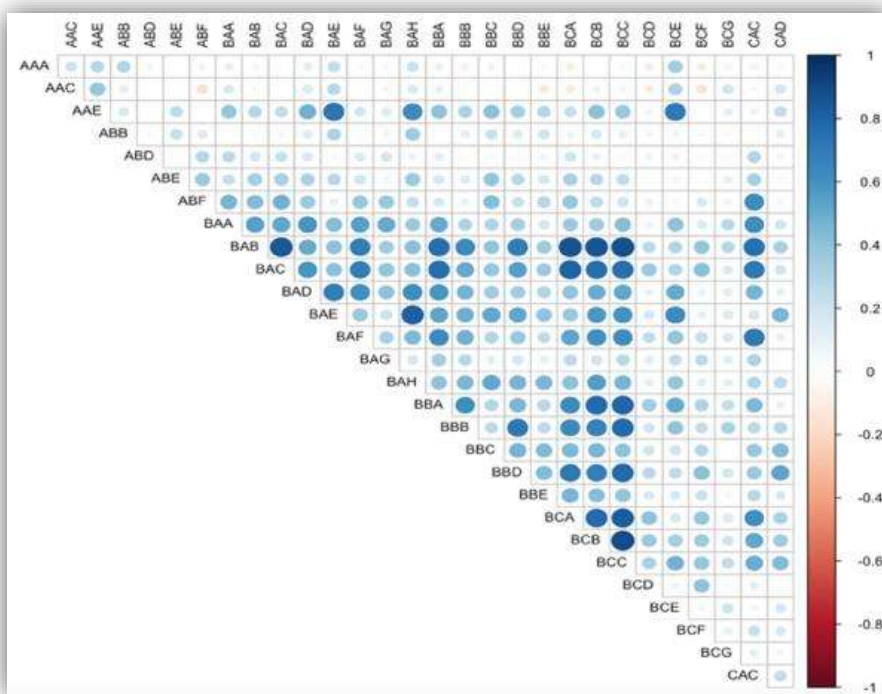
Fuente: elaboración propia.

En esta tercera ronda de pruebas de contraste, el valor de la determinante se mantuvo cercano a 0 ($5.96367E - 12$); la prueba de esfericidad de Bartlett arrojó un *p.value* menor a α ; el valor MSAg obtenido en la prueba KMO es de 0.84 siendo la interpretación de dicho resultado “Meritorio”, valor que incrementó en 0.01 con respecto a la prueba realizada

previamente; el valor MSAj de las distintas variables es mayor a 0.5 en todos los casos. En esta tercera ronda de pruebas de contraste realizada a las 29 variables del modelo que se han conservado, se cumplen las tres pruebas realizadas, así que con dichas variables se procedió a realizar los siguientes pasos del Análisis Factorial Exploratorio.

Figura 24.

Gráfico de correlaciones entre las 29 variables



Fuente: elaboración propia.

Figura 25.

Resultados de la prueba KMO con 29 variables

```

Kaiser-Meyer-Olkin factor adequacy
Call: KMO(r = dtss_n)
Overall MSA = 0.84
MSA for each item =
  AAA AAC AAE ABB ABD ABE ABF BAA BAB BAC BAD BAE BAF BAG BAH BBA BBB BBC BBD BBE
  0.64 0.70 0.75 0.72 0.72 0.78 0.81 0.88 0.88 0.92 0.90 0.80 0.86 0.81 0.80 0.87 0.84 0.86 0.86 0.88
  BCA BCB BCC BCD BCE BCF BCG CAC CAD
  0.85 0.88 0.87 0.66 0.71 0.76 0.70 0.88 0.70
  
```

Fuente: elaboración propia.

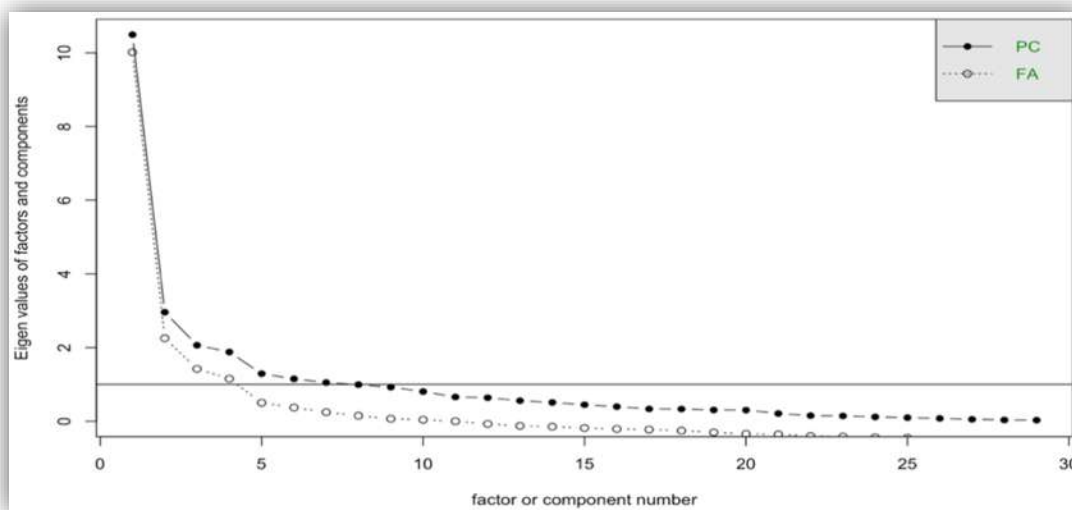
Paso 3. Determinación del número óptimo de factores

Para determinar el número de factores a extraer, se aplicaron dos criterios: a) scree test, el cual es un gráfico de sedimentación entre el número de factores y los eigenvalores, y b) el uso del valor propio o eigenvalor ≥ 1 (Zamora y Cruz, 2020). En la Figura 26 se presenta el gráfico de sedimentación, el cual representa en el eje de las x el número de factores o componentes y en el eje de las y los eigenvalores de los factores y componentes. Se observa una línea horizontal trazada en el número 1, lo que nos facilita la interpretación del gráfico.

El número de factores de acuerdo al scree test son 4, ya que son los factores que se encuentran por encima del eigenvalor de 1.

Figura 26.

Gráfico de sedimentación



Fuente: elaboración propia.

En la Figura 27 se muestran los eigenvalores, se pueden observar 7 valores superiores a 1, lo cual sugiere que el número de factores se encuentra entre 1 y 7. Finalmente, en R Studio existe la función “fa.parallel” que nos arroja el número de factores, con la aplicación de la función se encontró que el número de factores que se sugiere es de 4, ver Figura 27.

Figura 27.

Eigenvalores y número de factores mediante la función “fa.parallel”

```
[1] 10.49263582  2.95990865  2.06381688  1.87849865
[5]  1.29075931  1.14965157  1.04911792  0.99454839
[9]  0.92461174  0.80629584  0.65742263  0.63883328
[13] 0.55649433  0.51046440  0.44857522  0.39614655
[17] 0.33403331  0.33186768  0.30591937  0.30214547
[21] 0.20896681  0.15170044  0.14284164  0.11747819
[25] 0.09665576  0.07699991  0.05186311  0.03316442
[29] 0.02858272
Parallel analysis suggests that the number of factors = 4 and the number of components = 4
```

Fuente: elaboración propia.

Paso 4. Extracción de los factores

Se aplicó la función “principal” en R Studio para la extracción de los 4 factores indicados en el paso anterior, la Figura 28 muestra los resultados obtenidos. PC1 a PC4 representan los 4 factores, h2 representa la comunalidad o varianza común explicada, indica cuanto de información del modelo retiene dicha variable, u2 representa la especificidad, varianza residual o varianza no explicada, en este caso representa cuanto no es explicada la variable en el modelo. La comunalidad se espera sea $\geq 60\%$ (Hair *et al.*, 1999).

En la Figura 28 también se pueden observar las cargas factoriales, importante notar que cada variable carga a un único factor, esto será donde mayor carga tenga partiendo de los valores absolutos. En la parte inferior se encuentran SS loadings lo cual representa la carga total del factor, Proportion Var es el porcentaje de la varianza explicada por cada factor con respecto del total, es decir, el porcentaje de la información del modelo que se retiene por el factor, finalmente, Cumulative Var representa la varianza explicada acumulada.

Figura 28.

Extracción de factores

```

Principal Components Analysis
Call: principal(r = r_rnn, nfactors = 4, residuals = TRUE, rotate = "none")
Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix
  PC1  PC2  PC3  PC4  h2  u2 com
AAA 0.10 0.51 0.20 -0.01 0.32 0.684 1.4
AAC 0.10 0.55 0.10 -0.22 0.37 0.625 1.5
AAE 0.53 0.66 0.05 -0.01 0.72 0.279 1.9
ABB 0.18 0.33 0.01 0.49 0.39 0.614 2.1
ABD 0.17 -0.25 0.39 0.10 0.26 0.741 2.3
ABE 0.39 0.03 0.22 0.42 0.37 0.627 2.5
ABF 0.44 -0.37 0.52 0.36 0.74 0.265 3.7
BAA 0.64 0.00 0.51 -0.19 0.70 0.301 2.1
BAB 0.89 -0.29 -0.05 -0.11 0.88 0.116 1.2
BAC 0.84 -0.31 0.07 -0.09 0.82 0.181 1.3
BAD 0.72 0.21 0.37 -0.08 0.70 0.299 1.7
BAE 0.71 0.57 -0.02 0.11 0.84 0.157 2.0
BAF 0.73 -0.19 0.23 -0.20 0.65 0.346 1.5
BAG 0.41 -0.17 0.38 -0.26 0.41 0.589 3.1
BAH 0.68 0.41 0.07 0.29 0.72 0.278 2.1
BBA 0.80 -0.02 -0.04 -0.37 0.78 0.223 1.4
BBB 0.71 0.07 -0.32 -0.21 0.66 0.343 1.6
BBC 0.58 0.10 -0.02 0.52 0.62 0.379 2.0
BBD 0.74 -0.02 -0.42 0.13 0.75 0.252 1.7
BBE 0.50 0.01 -0.11 0.42 0.43 0.567 2.1
BCA 0.82 -0.33 -0.22 0.08 0.84 0.161 1.5
BCB 0.87 -0.06 -0.26 -0.02 0.83 0.175 1.2
BCC 0.89 -0.04 -0.31 -0.14 0.92 0.083 1.3
BCD 0.34 -0.25 -0.30 -0.04 0.27 0.728 2.9
BCE 0.51 0.57 0.06 -0.37 0.73 0.273 2.8
BCF 0.39 -0.34 -0.33 -0.05 0.38 0.619 3.0
BCG 0.26 0.08 0.01 -0.35 0.20 0.803 2.0
CAC 0.66 -0.43 0.36 0.08 0.76 0.237 2.4
CAD 0.40 0.16 -0.32 0.24 0.34 0.661 3.0

          PC1  PC2  PC3  PC4
SS loadings      10.49 2.96 2.06 1.88
Proportion Var   0.36 0.10 0.07 0.06
Cumulative Var   0.36 0.46 0.54 0.60
Proportion Explained 0.60 0.17 0.12 0.11
Cumulative Proportion 0.60 0.77 0.89 1.00

Mean item complexity = 2
Test of the hypothesis that 4 components are sufficient.

```

Fuente: elaboración propia.

Paso 5. Rotación de la matriz factorial.

Este paso consiste en girar los ejes factoriales a distintos grados, pero manteniendo fijo el origen, el propósito de realizar la rotación es redistribuir la varianza de las variables originales en los factores, con el fin de obtener una mejor interpretación de los resultados. Para llevar a cabo este paso se seleccionó la rotación ortogonal varimax, la cual maximiza las ponderaciones a nivel factor a la vez que minimiza todo lo posible el número de variables contenida en cada factor. En la Figura 29 se pueden observar las cargas factoriales obtenidas para cada factor una vez realizada la rotación de tipo varimax, notar que se han seleccionado las cargas superiores a 0.3 y se han ordenado de mayor a menor importancia. Gorsuch (1983) y Hair *et al.*, (2009) sugieren que los valores superiores a 0.3 en los análisis factoriales exploratorios tienen una aportación para el modelo, por el contrario aquellos inferiores no son significativos, ver Tabla 15.

Los 4 factores extraídos conservan el 60% de la varianza explicada, sin embargo, al observar las comunalidades de cada variable, algunas de ellas se encuentran por debajo del 60%, dichas variables son: AAA (Áreas naturales), AAC (Temperatura media), ABB (Patrimonio de la humanidad), ABD (Monumentos históricos), ABE (Catedrales), BAG (Establecimientos de souvenirs), BBE (Festivales), BCD (Centros cambiarios), BCF (Parques de diversiones y temáticos), BCG (Parques acuáticos y balnearios) y CAD (Servicio de transporte aéreo). Derivado de que las variables antes mencionadas no cumplen el mínimo de comunalidad, se tomó la decisión de eliminar dichas variables y realizar una vez más todos los pasos realizados hasta este momento, ahora con las variables restantes que son en este caso 18.

Al realizar las pruebas de contraste para las 18 variables conservadas en el modelo, se encontró que el valor de la determinante se mantiene cercano a 0 ($1.320528E - 09$). La Figura 30 muestra la correlación entre las variables. En la prueba de esfericidad de Bartlett se observó un $p.value = 0$, valor que es menor al α planteado. La Figura 31 muestra los resultados de la prueba KMO, en donde se observa un $MSAg$ de 0.86, valor que se mantiene en el rango cuya interpretación es “Meritorio” y con respecto al valor $MSAj$ todos los valores son superiores a 0.5.

Figura 29.

Rotación de factores

Loadings:					
	RC1	RC3	RC2	RC4	
BAB	0.781	0.492			
BAC	0.679	0.575			
BBA	0.686	0.362	0.416		
BBB	0.728		0.338		
BBD	0.761			0.393	
BCA	0.803	0.340			
BCB	0.803				
BCC	0.871				
BCD	0.507				
BCF	0.586				
ABF		0.755		0.351	
BAA		0.705	0.398		
BAD		0.551	0.530		
BAF	0.489	0.600			
BAG		0.566			
CAC	0.379	0.765			
AAC			0.597		
AAE			0.747	0.371	
BAE	0.337		0.676	0.514	
BCE			0.814		
ABB				0.598	
ABE		0.335		0.507	
BAH			0.480	0.618	
BBC				0.699	
BBE	0.331			0.552	
AAA			0.499		
ABD		0.489			
BCG			0.304		
CAD	0.371			0.414	
SS loadings		6.542	4.063	3.742	3.048
Proportion Var		0.226	0.140	0.129	0.105
Cumulative Var		0.226	0.366	0.495	0.600

Fuente: elaboración propia.

Tabla 15.

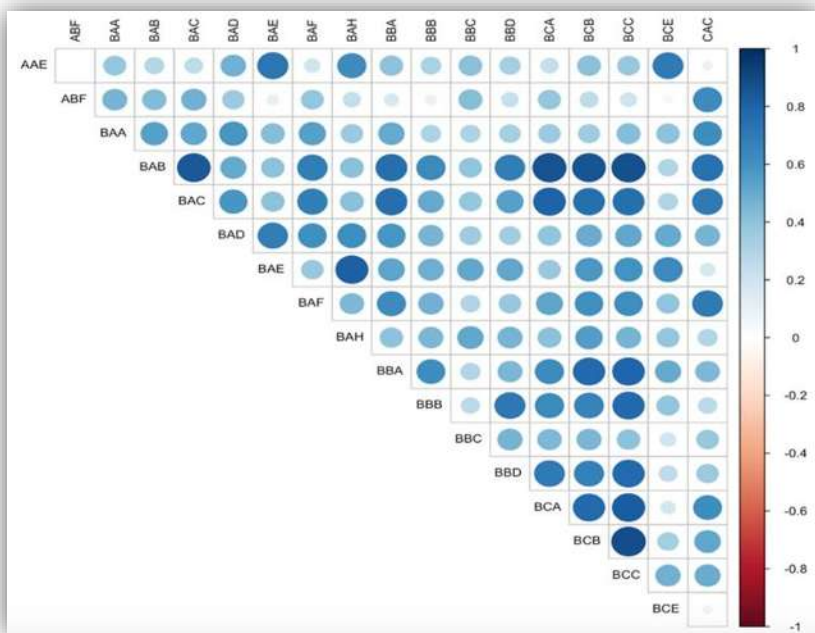
Interpretación de las cargas en los factores

Valor	Interpretación
>0.7	Aporte relevante
0.5 – 0.7	Aporte significativo
0.3 – 0.5	Aporte mínimo
<0.3	No significativos

Fuente: elaboración propia a partir de Gorsuch (1983) y Hair *et al.* (2009).

Figura 30.

Gráfico de correlaciones con 18 variables



Fuente: elaboración propia.

Figura 31.

Resultados de la prueba KMO con 18 variables.

```

Kaiser-Meyer-Olkin factor adequacy
Call: KMO(r = r_rf)
Overall MSA = 0.86
MSA for each item =
  AAE ABF BAA BAB BAC BAD BAE BAF BAH BBA BBB BBC BBD BCA BCB BCC BCE CAC
0.71 0.80 0.87 0.91 0.92 0.91 0.81 0.85 0.81 0.89 0.88 0.87 0.88 0.90 0.88 0.85 0.68 0.87
    
```

Fuente: elaboración propia.

Se continuó el proceso definiendo el número de factores, para lo cual se observaron los eigenvalores y se utilizó la prueba scree plot. La Figura 32 muestra los eigenvalores, se observa que son 4 valores con un número superior a 1, por lo tanto, el número de factores se encuentra entre 1 y 4, la función “fa.parallel” de R Studio nos sugiere 4 factores y finalmente el resultado del scree test sugiere 3 factores, ver Figura 33.

Figura 32.

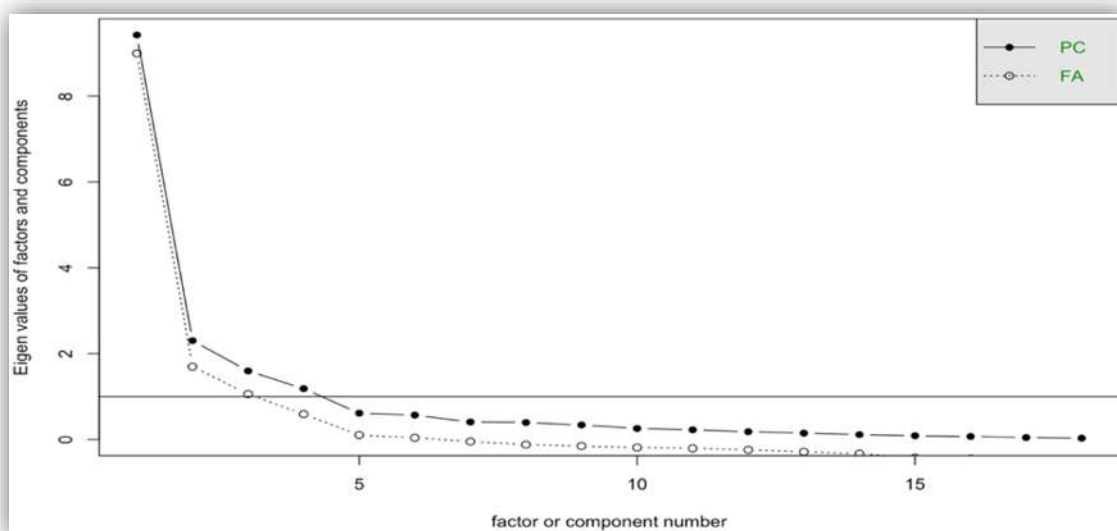
Eigenvalores y resultado de la función "fa.parallel" con 18 variables

```
[1] 9.42427586 2.30357509 1.59636187 1.18663245 0.61285712 0.56865360 0.40837905 0.39591852 0.33809310  
[10] 0.25807822 0.22528185 0.18158748 0.14914608 0.11408759 0.08806995 0.07040598 0.04675262 0.03184357  
Parallel analysis suggests that the number of factors = 4 and the number of components = 3
```

Fuente: elaboración propia.

Figura 33.

Gráfico de sedimentación con 18 variables



Fuente: elaboración propia.

Enseguida se extrajeron 4 factores y se rotaron las cargas. En la Figura 34 se presentan los resultados obtenidos; se observa que los 4 factores en conjunto explican el 81% de la varianza. Al analizar las cargas de los factores se observó que cuarto factor se compone únicamente de una variable, BBC (Número de teatros). Cabe mencionar que como el scree test sugirió 3 factores, se realizó una prueba, en dicha prueba la variable BBC (Número de teatros) presentó una comunalidad de 37%. Se tomó la decisión de eliminar dicha variable debido a que en una prueba presentó una comunalidad menor a 60% y en la otra prueba quedaba únicamente esa variable conformando un factor y deben ser al menos 3 variables por cada factor.

Figura 34.

Cargas factoriales después de la rotación

```
Principal Components Analysis
Call: principal(r = r_rf, nfactors = 4, residuals = TRUE, rotate =
"varimax")
Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix
      RC1  RC2  RC3  RC4  h2  u2 com
AAE 0.15  0.84 -0.01  0.22 0.78 0.216 1.2
ABF 0.04 -0.13  0.74  0.47 0.79 0.212 1.8
BAA 0.14  0.41  0.72  0.03 0.70 0.300 1.7
BAB 0.80  0.11  0.51  0.10 0.93 0.075 1.8
BAC 0.66  0.15  0.60  0.07 0.83 0.173 2.1
BAD 0.23  0.63  0.53  0.08 0.74 0.261 2.3
BAE 0.32  0.82  0.07  0.33 0.89 0.111 1.7
BAF 0.45  0.26  0.68 -0.09 0.74 0.263 2.1
BAH 0.27  0.64  0.16  0.50 0.76 0.241 2.4
BBA 0.68  0.42  0.38 -0.18 0.81 0.194 2.5
BBB 0.79  0.31  0.03  0.03 0.72 0.280 1.3
BBC 0.24  0.26  0.21  0.77 0.76 0.242 1.6
BBD 0.78  0.17  0.03  0.38 0.78 0.222 1.6
BCA 0.83  0.01  0.33  0.25 0.86 0.137 1.5
BCB 0.83  0.27  0.25  0.17 0.85 0.151 1.5
BCC 0.89  0.31  0.23  0.06 0.94 0.057 1.4
BCE 0.20  0.84  0.10 -0.21 0.79 0.209 1.3
CAC 0.35 -0.06  0.83  0.18 0.85 0.145 1.5

      RC1  RC2  RC3  RC4
SS loadings      5.62 3.71 3.58 1.60
Proportion Var   0.31 0.21 0.20 0.09
Cumulative Var   0.31 0.52 0.72 0.81
Proportion Explained 0.39 0.26 0.25 0.11
Cumulative Proportion 0.39 0.64 0.89 1.00

Mean item complexity = 1.7
Test of the hypothesis that 4 components are sufficient.

The root mean square of the residuals (RMSR) is 0.04
```

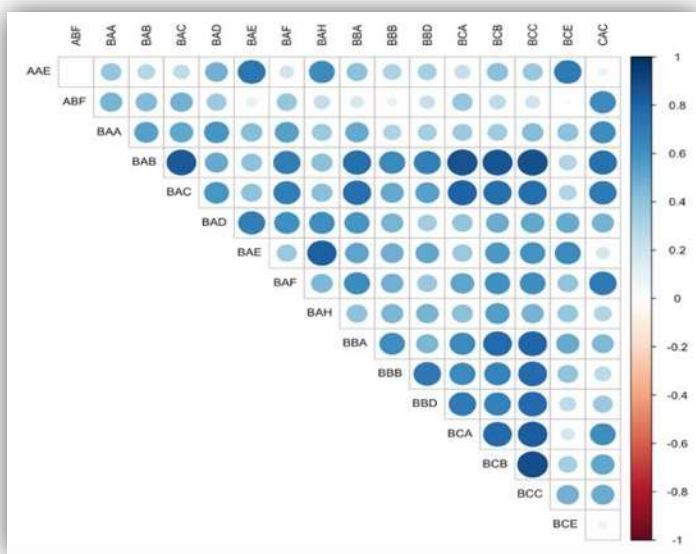
Fuente: elaboración propia.

Con la eliminación de la variable BBC (Número de teatros), se vio la necesidad de realizar nuevamente los pasos del Análisis Factorial Exploratorio. Se realizaron las pruebas de contraste para las 17 variables restantes, en este caso la determinante presentó un valor cercano a 0 (2.813277E-09); las variables se mantuvieron correlacionadas positivamente, ver

Figura 35; la prueba de esfericidad de Bartlett dio como resultado un $p.value = 0$ y la prueba KMO dio un MSAg de 0.86 (Meritorio) y los valores MSAj fueron superiores a 0.5 en todos los casos, ver Figura 36.

Figura 35.

Gráfico de correlación con 17 variables



Fuente: elaboración propia.

Figura 36.

Resultados de la prueba KMO con 17 variables

```

Kaiser-Meyer-Olkin factor adequacy
Call: KMO(r = r_rff)
Overall MSA = 0.86
MSA for each item =
  AAE ABF BAA BAB BAC BAD BAE BAF BAH BBA
  0.70 0.84 0.87 0.92 0.92 0.91 0.80 0.85 0.79 0.90
  BBB BBD BCA BCB BCC BCE CAC
  0.88 0.88 0.90 0.87 0.85 0.67 0.87
  
```

Fuente: elaboración propia.

Enseguida se definieron el número de factores a partir de los eigenvalores y del scree test. La Figura 37 muestra los eigenvalores, se observa que son 3 valores superiores 1, por lo tanto, el número de factores se encuentra entre 1 y 3; la función “fa.parallel” de R Studio sugiere 3 factores y finalmente el resultado del scree test también sugiere 3 factores, ver Figura 38. Cabe notar que este punto las tres pruebas utilizadas sugirieron el mismo número de factores.

Figura 37.

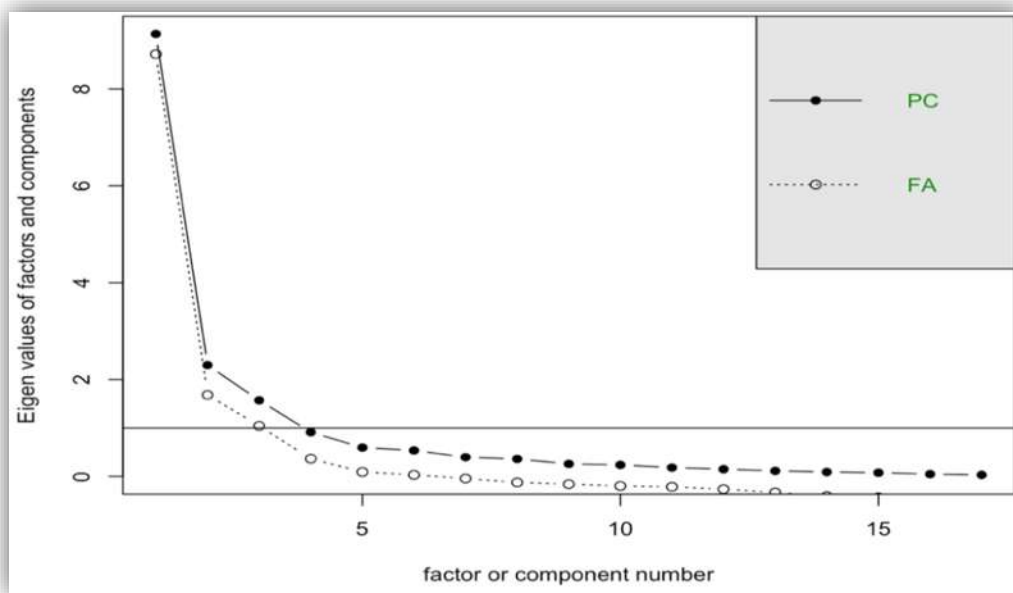
Eigenvalores y resultado de la función “fa.parallel” con 17 variables

```
[1] 9.13527977 2.29916281 1.57178410 0.91472130
[5] 0.59642123 0.53745379 0.39688983 0.36095963
[9] 0.25830408 0.23708417 0.18182090 0.14920108
[13] 0.11413481 0.09053740 0.07692469 0.04742643
[17] 0.03189398
Parallel analysis suggests that the number of factors = 3 and the number of components = 3
```

Fuente: elaboración propia.

Figura 38.

Gráfico de sedimentación con 17 variables



Fuente: elaboración propia.

Posteriormente se extrajeron los 3 factores y se rotaron las cargas, la Figura 39 presenta los resultados obtenidos. Los 3 factores en conjunto explican el 77% de la varianza, dicho valor es menor en un 4% que el obtenido anteriormente cuando se tenía la variable BBC (Número de teatros). La comunalidad de cada una de las variables es superior al 60%. Al analizar las cargas de los factores se observó que cada factor se compone por un número superior a tres variables. La raíz cuadrada media de los residuales es de 0.06. En este punto se tomó la decisión de conservar los 3 factores obtenidos, ya que se ha logrado cumplir el principio de interpretabilidad y de parsimonia (Pérez, 2004).

Se conservaron 17 de 37 variables que originalmente se había planteado. Las 17 variables pueden ser caracterizadas por 3 factores. El primer factor explica el 33% de la varianza (ver Figura 39) y se conforma por 8 variables: BAB (Infraestructura de restaurantes y bares), BAC (Agencias de viajes), BBA (Actividades recreativas), BBB (Actividades deportivas), BBD (Cines), BCA (Servicios médicos), BCB (Gasolineras) y BCC (Servicio bancario/financiero), ver Tabla 16. Derivado de que este factor solo se compone de indicadores que se encuentran dentro de la dimensión de recursos creados, se llamó factor de los recursos creados.

Figura 39.

Cargas de los factores rotados

```
Principal Components Analysis
Call: principal(r = r_rff, nfactors = 3, residuals = TRUE, rotate = "varimax",
  method = "Bartlett")
Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix
  RC1  RC2  RC3  h2  u2  com
AAE 0.15  0.86 -0.01 0.77 0.233 1.1
ABF 0.07 -0.06  0.81 0.67 0.335 1.0
BAA 0.13  0.43  0.69 0.68 0.317 1.8
BAB 0.80  0.14  0.51 0.92 0.077 1.8
BAC 0.67  0.17  0.59 0.82 0.180 2.1
BAD 0.23  0.65  0.51 0.74 0.260 2.2
BAE 0.33  0.86  0.08 0.85 0.151 1.3
BAF 0.43  0.27  0.64 0.67 0.333 2.2
BAH 0.30  0.71  0.21 0.63 0.370 1.5
BBA 0.66  0.40  0.31 0.69 0.308 2.1
BBB 0.78  0.32  0.01 0.71 0.285 1.3
BBD 0.80  0.22  0.08 0.69 0.308 1.2
BCA 0.84  0.05  0.36 0.84 0.155 1.4
BCB 0.83  0.30  0.25 0.85 0.153 1.5
BCC 0.89  0.32  0.21 0.94 0.062 1.4
BCE 0.17  0.81  0.02 0.68 0.321 1.1
CAC 0.37 -0.02  0.85 0.85 0.146 1.4

          RC1  RC2  RC3
SS loadings      5.62 3.87 3.52
Proportion Var   0.33 0.23 0.21
Cumulative Var   0.33 0.56 0.77
Proportion Explained 0.43 0.30 0.27
Cumulative Proportion 0.43 0.73 1.00

Mean item complexity = 1.5
Test of the hypothesis that 3 components are sufficient.

The root mean square of the residuals (RMSR) is 0.06
```

Fuente: elaboración propia.

Tabla 16.

Cargas factoriales del primer factor

Abreviatura	Dimensión	Subdimensión	Indicador	Carga factorial
BCC	Recursos creados	Servicios complementarios al turismo	Servicio bancario y financiero	0.889

Abreviatura	Dimensión	Subdimensión	Indicador	Carga factorial
BCA	Recursos creados	Servicios complementarios al turismo	Servicios médicos	0.845
BCB	Recursos creados	Servicios complementarios al turismo	Gasolineras	0.832
BAB	Recursos creados	Infraestructura turística	Infraestructura de restaurantes y bares	0.802
BBD	Recursos creados	Eventos	Cines	0.798
BBB	Recursos creados	Eventos	Actividades deportivas	0.783
BAC	Recursos creados	Infraestructura turística	Agencias de viajes	0.665
BBA	Recursos creados	Eventos	Actividades recreativas	0.658

Fuente: elaboración propia.

El segundo factor explica el 23% de la varianza y en conjunto con el primer factor acumulan el 56% de la varianza; se conforma por 5 variables: AAE (Oferta de playa), BAD (Operadoras de tours), BAE (Alquiler de autos), BAH (Transporte turístico) y BCE (Jardines botánicos y zoológicos), ver Tabla 17. Este factor se nombró factor de los recursos heredados y creados.

Tabla 17.

Cargas factoriales del segundo factor

Abreviatura	Dimensión	Subdimensión	Indicador	Carga factorial
AAE	Recursos heredados	Recursos naturales	Oferta de playa	0.863
BAE	Recursos creados	Infraestructura turística	Alquiler de autos	0.855

Abreviatura	Dimensión	Subdimensión	Indicador	Carga factorial
BCE	Recursos creados	Servicios complementarios al turismo	Jardines botánicos y zoológicos	0.806
BAH	Recursos creados	Infraestructura turística	Transporte turístico	0.706
BAD	Recursos creados	Infraestructura turística	Operadoras de tours	0.651

Fuente: elaboración propia.

El tercer factor explica el 21% de la varianza y en conjunto con los dos factores previos acumula el 77% de varianza; se conforma por 4 variables: ABF (Museos), BAA (Infraestructura hotelera), BAF (Alquiler de autobuses, remolques) y CAC (Servicios de transporte terrestre), ver Tabla 18. Este factor se nombrará factor de los recursos de apoyo, hererados y creados.

Tabla 18.

Cargas factoriales del tercer factor

Abreviatura	Dimensión	Subdimensión	Indicador	Carga factorial
CAC	Recursos de apoyo	Accesibilidad del destino	Servicios de transporte terrestre	0.848
ABF	Recursos heredados	Recursos culturales	Museos	0.810
BAA	Recursos creados	Infraestructura turística	Infraestructura hotelera	0.694
BAF	Recursos creados	Infraestructura turística	Alquiler de autobuses, remolques	0.636

Fuente: elaboración propia.

Con base en los resultados anteriores se obtiene la operacionalización final de las variables, misma que se presenta en la Tabla 19. Se observa que la dimensión recursos heredados tiene presencia a través de los recursos naturales y culturales; por su parte la

dimensión de recursos creados tiene indicadores de las dimensiones de infraestructura turística, eventos y servicios complementarios al turismo; por último, la dimensión de recursos de apoyo se compone de la subdimensión de accesibilidad al destino.

Tabla 19.

Dimensiones, subdimensiones e indicadores finales de la variable Competitividad Turística

Dimensión	Sub-dimensión	Indicador	Abreviatura
Recursos heredados	Recursos naturales	1. Oferta de playa	AAE
	Recursos culturales	1. Museos	AAF
Recursos creados	Infraestructura turística	1. Infraestructura hotelera (Hoteles, Casa de huéspedes, Cabañas, Posadas)	BAA
		2. Infraestructura de restaurantes y bares (Bares, Restaurantes, Cafeterías)	BAB
		3. Agencias de viajes	BAC
4. Operadoras de tours		BAD	
5. Alquiler de autos		BAE	
6. Alquiler de autobuses, remolques.		BAF	
7. Transporte turístico.		BAH	
	Eventos	1. Actividades recreativas	BBA
		2. Actividades deportivas	BBB
		3. Cines	BBD
	Servicios complementarios al turismo	1. Servicio médicos	BCA
		2. Gasolineras	BCB
		3. Servicio bancario/financieros	BCC
		4. Jardines botánicos y zoológicos	BCE
Recursos de apoyo	Accesibilidad del destino	1. Servicio de transporte terrestre.	CAC

Fuente: elaboración propia.

Paso 6. Construcción del Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos

Para construir el Índice de Competitividad de los Pueblos Mágicos se utilizaron las puntuaciones factoriales de los 3 factores extraídos, valores que fueron multiplicados por las variables estandarizadas. Dichos resultados se transformaron en una escala de 0 a 100 con la

finalidad de facilitar su interpretación (OECD & JRC, 2008), ello a partir de la siguiente fórmula:

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

En donde I_{ij} representa el valor del indicador i en la escala de 0 a 100 para la observación j , IN_{IJ} es el valor del indicador i para la observación j , $\min_j(X_i)$ representa el indicador más bajo de la observación j , por su parte, $\max_j(X_i)$ es el indicador más grande de la observación j . Por último, cada factor que se ha conformado se multiplicó por la proporción que explica, así el primer factor se multiplicó por 0.43, el segundo factor por 0.30 y el tercer factor por 0.27, ver Figura 39.

El Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos de México se muestran en la Tabla 37 ubicada en los anexos; a continuación se hará mención de los Pueblos Mágicos que ocupan el Top 10 y que se presentan en la Tabla 20. El Pueblo Mágico más competitivo con un Índice de 62.892 es Todos Santos, ubicado en el municipio de La Paz, Baja California Sur; de manera específica tiene la primera posición en el segundo factor o el factor de los recursos heredados y creados con un valor de 100.00; además tiene la tercera posición en el primer factor o factor de los recursos creados con un valor de 68.358. Con respecto al factor de los recursos heredados y creados, Todos Santos destaca sobre el resto de los Pueblos Mágicos al tener la mayor oferta de playa y la mayor cantidad de establecimientos para alquiler de autos. Con respecto al factor de los recursos creados, destaca al tener la mayor oferta de servicio médico y cines; es el segundo pueblo con la mayor oferta de gasolineras, actividades deportivas, restaurantes y bares; es el tercer pueblo con la mayor oferta de agencias de viajes, servicio bancario y financiero.

Tabla 20.

Top 10 de los Pueblos Mágicos de México en el Índice de Competitividad Turística

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Índice de competitividad	Posición
Todos Santos	2006	14	68.358	100.000	12.956	62.892	1
Tlaquepaque	2018	2	95.791	0.000	30.541	49.436	2
Sayulita	2015	5	48.379	68.955	23.602	47.862	3
Metepéc	2012	8	100.000	0.016	0.000	43.005	4
Isla Aguada	2020	0	57.850	28.744	10.848	36.428	5
San Cristóbal de las Casas	2003	17	1.887	13.912	100.000	31.985	6
Cholula	2012	8	58.191	11.263	2.557	29.091	7
Orizaba	2015	5	51.417	6.198	18.714	29.022	8
Guadalupe	2018	2	45.926	5.761	19.700	26.796	9
Tulum	2015	5	3.683	63.167	20.562	26.086	10

Fuente: elaboración propia.

De todo el Índice de Competitividad Turística, el Pueblo Mágico menos competitivo con un puntaje de 11.526 es Bustamante, ubicado en el municipio de Bustamante, Nuevo León. Bustamante obtuvo una puntuación de 9.100 en el factor de recursos creados; 15.482 en el factor de los recursos heredados y creados, por último, 10.995 en el factor de los recursos de apoyo, heredados y creados. Respecto a los indicadores analizados, el Pueblo Mágico de Bustamante solamente cuenta con 2 museos, 2 servicios médicos, 1 gasolinera y 2 servicios bancarios/financieros, 21 restaurantes y/o cafeterías y 8 hoteles.

A continuación se revisaron los resultados obtenidos en cada uno de los tres factores presentando el Top 10 en cada uno de ellos. Para el primer factor, factor de los recursos creados, el Pueblo Mágico más competitivo es Metepec, Estado de México; seguido de Tlaquepaque, Jalisco; Todos Santos, Baja California Sur; Cholula, Puebla; Isla Aguada, Campeche; Orizaba, Veracruz; Sayulita, Nayarit; Guadalupe, Zacatecas; Valle de Bravo, Estado de México y Atlixoc, Puebla, ver Tabla 21.

Respecto al indicador “Servicio bancario y financiero”, 8 de los 10 pueblos se posición en el Top 10. La oferta de este servicio va desde los 48 establecimientos para el caso de Valle de Bravo, Estado de México hasta los 289 establecimientos para el caso de Tlaquepaque, Jalisco. En este indicador la primera posición es ocupada por Tlaquepaque con 289 establecimientos, seguido de Metepec con 262, Todos Santos con 257, Sayulita con 251, Isla Aguada con 207, Orizaba con 141, Cholula con 139, Tulum con 98, Guadalupe con 85 y Lagos de Moreno con 75.

El siguiente indicador que conforma el factor de recursos creados es “Servicio Médico”. Para los Pueblos Mágicos que se encuentran en el Top 10 del factor recursos creados, el indicador de Servicios Médicos oscila desde los 87 establecimientos en Valle de Bravo, Estado de México hasta los 945 en Metepec, Estado de México. En este indicador la primera posición la ocupa Metepec con 945 establecimientos, seguido de Todos Santos con 635, Tlaquepaque con 517, Guadalupe con 501, San Cristóbal de las Casas con 454, Orizaba con 380, Atlixoc con 332, Comitán de Domínguez con 312, Isla Aguada con 301 y Lagos de Moreno con 266.

El tercer indicador que integra el factor de los recursos creados es “Gasolineras”, al respecto, en los Pueblos Mágicos que se presentan en el Top 10 este indicador oscila desde los 5 establecimientos en Valle de Bravo, Estado de México hasta los 67 en Tlaquepaque,

Jalisco. En este indicador la primera posición la ocupa Tlaquepaque con 67 establecimientos, le sigue Todos Santos con 65, Isla Aguada con 35, Sayulita con 34, Guadalupe con 30, Metepec con 27, Mexcaltitán con 23, Tecate con 21, Lagos de Moreno y Cholula cada uno con 20.

El cuarto indicador del factor recursos creados es “Infraestructura de restaurantes y bares”, los establecimientos contabilizados en este indicador van desde 416 para Valle de Bravo, Estado de México hasta 3052 en Tlaquepaque, Jalisco. Cabe mencionar que en este indicador se incluyen los establecimientos con la siguiente descripción: centros nocturnos, discotecas y similares; bares, cantinas y similares; restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o comida corrida, de pescados y mariscos, de antojitos, de tacos y tortas; cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares; restaurantes de autoservicio, de pizzas, hamburguesas, hotdogs y pollos rostizados para llevar, de otro tipo de alimentos para llevar; y servicio de preparación de otros alimentos para consumo inmediato. En este indicador la primera posición la ocupa Tlaquepaque con 3052 establecimiento, le sigue Todos Santos con 1999, San Cristóbal de las Casas con 1987, Orizaba con 1821, Metepec con 1816, Sayulita con 1751, Isla Aguada con 1602, Comitán de Domínguez con 1519, Cholula con 1340 y Mexcaltitán con 1171.

El quinto indicador del factor recursos creados es “Cines”. El Pueblo Mágico ubicado en la 8ª posición en el Ranking, ver Tabla 21, es el único del Top 10 que no cuenta con oferta de cines, el resto tienen 1 (Atlixco y Sayulita), 2 (Orizaba y Tlaquepaque), 3 (Valle de Bravo), 4 (Cholula, Isla Aguada y Metepec) y hasta 5 (Todos Santos). El sexto indicador del factor recursos creados son “Actividades Recreativas”, al respecto Tlaquepaque, Jalisco ocupa la posición #1 con 34 establecimientos para el desarrollo de actividades recreativas, le sigue Sayulita con 28, Tulum con 22, Todos Santos con 21, Lagos de Moreno con 17, Orizaba, Guadalupe e Isla Mujeres con 12, Compostela con 11, Metepec y Valle de Bravo con 10. Otros de los Pueblos Mágicos que aparecen en el Top 10 del factor recursos creados como lo son Atlixco, Isla Aguada y Cholula si cuentan con actividades recreativas pero en una menor cantidad.

El séptimo indicador del factor recursos creados son “Agencias de Viajes”. De los Pueblos Mágicos que conforman el Top 10 del factor recursos creados, Valle de Bravo, Estado de México es el que menor oferta de Agencias de Viaje tiene con solamente 2 establecimientos,

por el contrario, Tlaquepaque, Jalisco es quien mayor oferta presenta con 40 agencias de viajes. En este indicador en particular, también se hacen presentes los pueblos mágicos de San Cristóbal de las Casas con 38 agencias, Todos Santos con 25, Metepec con 23, Jerez de García Salinas con 21, Sayulita y Guadalupe cada uno con 20, Valladolid con 15, Lagos de Moreno y Orizaba cada uno con 14.

El octavo y último indicador del factor recursos creados son las “Actividades Deportivas”. Los 10 Pueblos Mágicos del Top 10 del factor recursos creados tienen oferta de actividades deportivas, Sayulita y Valle de Bravo con 10, Todos Santos y Metepec con 9, Tlaquepaque con 5, Cholula e Isla Aguada con 4, Orizaba con 3, Guadalupe y Atlixco con 2.

Tabla 21.

Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor competitividad en el factor de los recursos creados (factor 1).

Ranking	Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Puntuación del Factor 1
1	Metepec	2012	8	100.000
2	Tlaquepaque	2018	2	95.791
3	Todos Santos	2006	14	68.358
4	Cholula	2012	8	58.191
5	Isla Aguada	2020	0	57.850
6	Orizaba	2015	5	51.417
7	Sayulita	2015	5	48.379
8	Guadalupe	2018	2	45.926
9	Valle de Bravo	2005	15	43.339
10	Atlixco	2015	5	39.270

Fuente: elaboración propia.

Cabe mencionar que al observar las últimas 5 posiciones en el factor de los recursos creados, se encontró dichas posiciones las ocupan los Pueblos Mágicos de Mazunte con una puntuación de 0.000, le sigue San Cristóbal de las Casas con 1.887 puntos, Loreto con 3.275 puntos, Tulum con 3.683 puntos y Tepoztlán con 5.279. Mazunte es el Pueblo Mágico que ocupa la última posición del factor recursos creados, al revisar cada indicador que conforma

dicho factor se encontró que cuenta únicamente con 5 servicios bancarios y financieros, con 80 servicios médicos, con 1 gasolinera, con 303 restaurantes y bares, 0 cines, 0 actividades deportivas, 0 agencias de viajes y 2 actividades recreativas.

El caso del segundo factor, el factor de los recursos heredados y creados, el Top de los 10 Pueblos Mágicos con mayor competitividad en dicho factor lo conforman los pueblos de Todos Santos, Baja California Sur; Sayulita, Nayarit; Tulum, Quintana Roo; Isla Mujeres, Quintana Roo; Mazunte, Oaxaca; Loreto, Baja California Sur; Isla Aguada, Campeche; El Rosarito, Sinaloa; Bacalar, Quintana Roo y Compostela, Nayarit, ver Tabla 22.

El primer indicador de este factor es “Oferta de Playa”, en este sentido, los 10 pueblos que se ubican en el Top 10 de competitividad en el factor de los recursos heredados y creados cuentan con oferta de playa. La primera posición en el indicador la ocupa Todos Santos, le sigue Mazunte, Isla Mujeres, Tulum, Isla Aguada, Sayulita, Compostela, El Rosarito, Loreto y Bacalar. Aunque los Pueblos Mágicos de Papanltla, Mexcaltitán y Sisal también cuentan con oferta de playa no figuran en el Top 10 del factor ni del indicador que se analiza.

El segundo indicador del factor de recursos heredados y creados es “Alquiler de autos”. En este indicador destacan los pueblos de Todos Santos con 38 establecimiento de alquiler de autos, le sigue Tulum con 18, Sayulita con 16, Isla Aguada con 14, Loreto con 12 e Isla Mujeres con 8. Cabe mencionar que los pueblos de Mazunte, Compostela y El Rosario no cuentan con establecimientos en los cuales alquilar autos.

El tercer indicador del factor de recursos heredados y creados es “Jardines botánicos y zoológicos”. El pueblo con mayor cantidad de jardines botánicos y zoológicos es Sayulita con 4, seguido de Isla Mujeres con 3, Todos Santos, Tulum y Mazunte con 2 cada uno, Isla Aguada y El Rosarito con 1 cada uno. Los pueblos de Loreto, Bacalar y Compostela no tienen jardines botánicos ni zoológicos.

El cuarto indicador del factor de recursos heredados y creados es “Transporte turístico”. Al respecto, Todos Santos se ubica en la primera posición con 44 establecimientos que ofrecen transporte turístico; en el indicador le sigue Tequila, aunque este pueblo no aparece en el Top 10 del factor; los pueblos de Sayulita y Loreto cuentan con 9 establecimiento cada uno, Tulum tiene 3, Mazunte, Isla Aguada y Compostela tienen 3 cada uno, Bacalar tiene 1. Los pueblos de Isla Mujeres y El Rosarito no tienen oferta de transporte turístico.

El quinto indicador del factor de los recursos heredados y creados es “Operadoras de Tours”, en este indicador, Todos Santos ocupa la primera posición al contar con 9 operadoras de tours, le sigue Sayulita y San Cristóbal de las Casas con 8 cada uno, Loreto y Tulum con 5 cada uno, Bacalar tiene 3, Mazunte e Isla Mujeres tienen 1 cada uno. Los pueblos de Isla Aguada, Compostela y El Rosarito no tienen operadoras de tours.

Tabla 22.

Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor competitividad en el factor de los recursos heredados y creados (factor 2).

Ranking	Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Puntuación del Factor 2
1	Todos Santos	2006	14	100.000
2	Sayulita	2015	5	68.955
3	Tulum	2015	5	63.167
4	Isla Mujeres	2015	5	56.837
5	Mazunte	2015	5	50.189
6	Loreto	2012	8	39.262
7	Isla Aguada	2020	0	28.744
8	El Rosarito	2012	8	26.731
9	Bacalar	2006	14	25.848
10	Compostela	2018	2	25.809

Fuente: elaboración propia.

Al observar las últimas 5 posiciones en el factor de los recursos heredados y creados, se encontró dichas posiciones las ocupan los Pueblos Mágicos de Tlaquepaque con una puntuación de 0.000, le sigue Metepec con 0.016 puntos, Guadalupe con 5.761 puntos, Orizaba con 6.198 puntos y Comitán de Domínguez con 7.038. Al observar en Tlaquepaque los indicadores que conforman el factor de los recursos hererados y creados se encontró que es un destino que no tiene oferta de playa, ni alquileres de autos, tampoco jardines botánicos o zoológicos, solamente tiene 1 opción de transporte turístico y 3 operadoras de tours, por tales razones se ubica en la última posición del factor.

Con respecto al tercer factor, el factor de los recursos de apoyo, heredados y creados, el Top 10 está conformado por San Cristóbal de las Casas, seguido de Comitán de Domínguez, Palenque, Tlaquepaque, Compostela, Sayulita, Tepoztlán, Pátzcuaro, Tulum y Belem, ver Tabla 23. San Cristóbal de las Casas se ubica en el ranking en la primera posición, con 100.00 puntos, las características del lugar que lo colocar en dicha posición son que cuenta con una opción de transporte terrestre, 15 museos, 353 hoteles y 8 opciones para alquiler de autobuses.

Tabla 23.

Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor competitividad en el factor de los recursos de apoyo, heredados y creados (factor 3).

Ranking	Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Puntuación del Factor 3
1	San Cristóbal de las Casas	2003	17	100.000
2	Comitán de Domínguez	2012	8	37.824
3	Palenque	2015	5	34.470
4	Tlaquepaque	2018	2	30.541
5	Compostela	2018	2	23.978
6	Sayulita	2015	5	23.602
7	Tepoztlán	2010	10	22.756
8	Pátzcuaro	2002	18	21.414
9	Tulum	2015	5	20.562
10	Bernal	2005	15	20.037

Fuente: elaboración propia.

El primer indicador del factor recursos de apoyo, heredados y creados es el “Servicio de transporte terrestre”, al respecto, algunos de los Pueblos Mágicos cuenta con ese servicio con un establecimiento registrado, mientras que otros no cuentan con el servicio. Para el caso de los pueblos que conforman el Top 10 del factor de los recursos de apoyo, heredados y creados, todos cuentan con servicio de transporte terrestre.

El segundo indicador que conforma el factor de los recursos de apoyo, heredados y creados es “Museos”; en este sentido, San Cristóbal de las Casas se ubica en la primera posición con

15 museos; le siguen Comitán de Domínguez y Real del Monte con 5; Todos Santos, Orizaba, Chiapa de Corzo, Dolores Hidalgo, Tepoztlán y Bernal cuentan con 4. Algunos otros pueblos entre ellos Pátzcuaro tienen 3 museos, Tlaquepaque 2, Tulum, Palenque y Compostela cuentan con 1. De los pueblos que aparecen en el Top 10 del factor de los recursos de apoyo, heredados y creados solamente Sayulita no cuenta con oferta de museos.

El tercer indicador del factor de los recursos de apoyo, heredados y creados es “Infraestructura hotelera”. San Cristóbal de las Casas ocupa la primera posición con 353 opciones de hoteles, le sigue Compostela con 321, Tulum con 248, Sayulita con 215, Isla Aguada con 154, Tepoztlán con 143, Todos Santos con 132, Palenque con 114, Comitán de Domínguez con 110 y Valladolid con 89.

El último indicador que conforma el factor de los recursos de apoyo, heredados y creados es “Alquiler de autobuses”. En este caso, Sayulita se ubica en la primera posición con 11 establecimientos, le sigue San Cristóbal de las Casas con 8, Tlaquepaque con 7, Palenque con 6, Todos Santos con 5, Comitán de Domínguez con 4, Mineral del Pozo y Salvatierra con 3, otros pueblos entre ellos Pátzcuaro tienen 2 y Compostela 1. Los pueblos de Tulum, Tepoztlán y Bernal no cuenta con establecimientos para alquiler de autobuses.

En el factor de los recursos de apoyo, heredados y creados las últimas cinco posiciones están ocupadas por Metepec con 0.000 puntos, Cholula con 2.557, Valle de Bravo con 5.575, Isla Mujeres con 5.685 y Sisal con 6.194. Al revisar el caso de Metepec, este pueblo cuenta con 1 opción de transporte terrestre, con 1 museo, con 20 opciones de hospedaje y con 1 opción para alquiler de autobuses; datos que lo llevaron a ubicarse en la última posición del factor en mención.

5.2 El PIBT de los Pueblos Mágicos

Para estimar el PIBT de los Pueblos Mágicos se obtuvo información del Sistema Automatizado de Información Censal que pone a disposición el INEGI. Se tomó la información de las actividades características del turismo correspondiente al Censo Económico de 2019 cuyo año censal fue 2018. La Tabla 38 ubicada en la sección de anexos muestra las actividades características del turismo en México, para cada una de las cuales se

obtuvo información referente a la Producción Bruta Total (PBT) y al Personal Ocupado Total (POT) para los municipios en donde existen Pueblos Mágicos.

La metodología utilizada para obtener una estimación del PIBT de los Pueblos Mágicos es la propuesta por Geary y Stark (2002), misma que fue utilizada por Alonsoperez y Rizzo (2014) para aproximar el PIB turístico departamental en Uruguay en el 2010. Los autores parten de que el PIB de un país es la sumatoria del PIB de cada región; en este caso se estimó el PIBT de los Pueblos Mágicos a partir de la sumatoria de la PBT de cada actividad económica característica del turismo. Según INEGI (2020) PBT es el valor de todos los bienes y servicios producidos o comercializados por la unidad económica como resultado del ejercicio de sus actividades, comprendiendo el valor de los productos elaborados; el margen bruto de comercialización; las obras ejecutadas; los ingresos por la prestación de servicios, así como el alquiler de maquinaria y equipo, y otros bienes muebles e inmuebles; el valor de los activos fijos producidos para uso propio, entre otros; incluye la variación de existencias de productos en proceso; los bienes y servicios se valoran a precios de productor.

La Tabla 24 presenta, tanto para las actividades características del turismo como para todo el municipio, las unidades económicas, el personal ocupado total y la producción bruta total para 10 Pueblos Mágicos con mayor PBT. El valor de la PBT es la estimación más cercana al PIBT. La tabla completa con dicha información la podrá encontrar en la sección de anexos, Tabla 39. Con respecto al indicador de PBT el Pueblo Mágico de Isla Mujeres es quien mayor porcentaje de PBT turística aporta al PBT municipal con un porcentaje de 74.49%; le sigue Tulum con 71.50%, Sayulita con 65.04%, Huasca de Ocampo con un 58.86%, Pinos con 55.56%, Bacalar con 47.67%, Mazunte con 46.51%, Tapijulapa con 41.43%, Real del Monte con 40.81% y Compostela con 37.31%.

Al observar el indicador de personal ocupado total, es visible el hecho de que las 3 primeras posiciones que se encuentran en el indicador del PBT coinciden con las 3 primeras posiciones en el indicador de personal ocupado total; el caso de Huasca de Ocampo ocupa la 4ta. posición en el indicador de PBT turística/PBT municipal, pero para el indicador de personal ocupado total turístico se mueve a la 5ta. posición. El caso de Pinos, se coloca con la 5ta. posición de la PBT turística con solamente el 21.08% de su personal ocupado total en dichas actividades y con 34.44% de las unidades económicas dedicadas al turismo.

Tabla 24.*Top 10 de los Pueblos Mágicos de México con mayor PIBT estimado*

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Isla Mujeres	2015	664	1109	59.87%	10246	14110	72.62%	4457.298	5983.824	74.49%
Tulum	2015	1184	2029	58.35%	12378	18161	68.16%	6876.912	9618.215	71.50%
Sayulita	2015	3270	7644	42.78%	28070	57104	49.16%	14825.232	22793.497	65.04%
Huasca de Ocampo	2001	116	221	52.49%	328	761	43.10%	72.224	122.704	58.86%
Pinos	2012	259	752	34.44%	355	1684	21.08%	174.822	314.081	55.66%
Bacalar	2006	347	753	46.08%	1060	2573	41.20%	266.48	558.959	47.67%
Mazunte	2015	474	1308	36.24%	992	2822	35.15%	132.327	284.507	46.51%
Tapijulapa	2010	270	791	34.13%	560	2631	21.28%	211.742	511.03	41.43%
Real del Monte	2004	369	895	41.23%	702	1919	36.58%	98.479	241.318	40.81%
Compostela	2018	2199	5482	40.11%	6639	16241	40.88%	1206.364	3233.139	37.31%

Fuente: elaboración propia.

Abreviaciones: TT=Total turístico; TM=Total municipal

Por otra parte, con respecto al número de unidades económicas Real de Catorce, San Luis Potosí, tiene el 68.71% de las unidades económicas del municipio dedicadas a las actividades turísticas, dato que lo ubica en la primera posición en este punto de análisis. En ese mismo sentido le siguen Isla Mujeres con el 59.87%, Tulum con el 58.35%, Huasca de Ocampo con 52.49% y San Sebastián del Oeste con 52.22%. Los 5 Pueblos Mágicos antes mencionados se podrían considerar como aquellos con la mayor vocación turística.

En el indicador de personal ocupado total es Isla Mujeres quien ocupa la mayor cantidad del personal del municipio en las actividades turísticas, siendo el 72.62%; le sigue Tulum con 68.16%, Sayulita con 49.16%, Real de Catorce con 43.84% y Huasca de Ocampo con 43.10%. Se observa que hay pueblos, como Real de Catorce, que pese a ser el pueblo con la mayor cantidad de unidades económicas dedicadas al turismo no es el que más personal ocupa, ya que en el indicador de personal ocupado total se ubica en la 4ta. posición y tampoco es el pueblo con la mayor PBT turística, en este indicador se posiciona en el lugar 41.

5.3 Relación del PIBT y el Índice de Competitividad Turística

En general, los Pueblos Mágicos de México cuentan con 102,591 unidades económicas destinadas a actividades turísticas, valor que representa el 30.21% de las unidades económicas encontradas en esos destinos; ocupan 345,312 personas en las actividades turísticas, lo que representa el 24.08% del personal ocupado total en los Pueblos Mágicos; por último, generan una producción bruta total de 104,964.345 (millones de pesos) en las actividades características del turismo.

En la Tabla 25 se puede ver el Top 10 de los Pueblos Mágicos de acuerdo al Índice de Competitividad Turística, para los cuales también se muestra su aportación a la Producción Bruta Total de los mismos, es decir, que porcentaje aportan cada uno a los 104,964.345 (millones de pesos) que generan todos los pueblos mágicos. El pueblo de Todos Santos se ubica en la 1ra. Posición del Índice de Competitividad Turística con un puntaje de 62.892; este pueblo aporta el 8.20% de los 104,964.345 millones de pesos, aportación que lo ubica en dicho indicador en la 2da. Posición. El caso de Sayulita, este pueblo se ubica en la 3ra. Posición del Índice de Competitividad Turística, pero a pesar de ello es el pueblo que más aportación tiene al PBT de los pueblos mágicos, con un porcentaje de 14.12%. Tulum se

ubica en la décima posición en el Índice de Competitividad Turística, pero la aportación que hace al PIBT de los pueblos mágicos lo coloca en la posición número 5.

Tabla 25.

Top 10 de los Pueblos Mágicos de México en el Índice de Competitividad Turística y su aportación al PIBT

PM	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	ICT	Ranking en el ICT	% de aportación a la PBT de los PM	Ranking en el PBT de los PM
Todos Santos	2006	14	62.892	1	8.20%	2
Tlaquepaque	2018	2	49.436	2	8.18%	3
Sayulita	2015	5	47.862	3	14.12%	1
Metepec	2012	8	43.005	4	7.76%	4
Isla Aguada	2020	0	36.428	5	5.42%	8
San Cristóbal de las Casas	2003	17	31.985	6	3.48%	10
Cholula	2012	8	29.091	7	5.85%	6
Orizaba	2015	5	29.022	8	3.67%	9
Guadalupe	2018	2	26.796	9	1.92%	12
Tulum	2015	5	26.086	10	6.55%	5

Fuente: elaboración propia.

Abreviaciones: PM=Pueblo Mágico; ICT=Índice de Competitividad Turística; PBT=Producción Bruta Total

En seguida, se realizaron un par de regresiones lineales, la primera de ellas entre la Producción Bruta Total y el Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos, y la segunda entre la Producción Bruta Total y los tres factores que conforman el Índice de Competitividad Turística, en ambos casos la variable dependiente fue la Producción Bruta Total. Las Figuras 40 y 41 muestran los resultados obtenidos de dichas regresiones.

Figura 40.

Regresión lineal entre la Producción Bruta Total y el Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos de México

```
Call:
lm(formula = dt_n$PBTT ~ dt_n$ICT)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-1.6714 -0.1830  0.0214  0.1247  3.1653

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 2.654e-17  3.776e-02   0.00    1
dt_n$ICT    9.010e-01  3.791e-02  23.77 <2e-16 ***
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4355 on 131 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.8118,    Adjusted R-squared:  0.8103
F-statistic: 564.9 on 1 and 131 DF,  p-value: < 2.2e-16
```

Fuente: elaboración propia.

Figura 41.

Regresión lineal entre la Producción Bruta Total y los factores que conforman el Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos de México

```
Call:
lm(formula = dt_n$PBTT ~ dt_n$F1 + dt_n$F2 + dt_n$F3)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-2.26204 -0.13460  0.01737  0.11382  2.85341

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) -1.774e-16  3.671e-02   0.000    1
dt_n$F1     7.153e-01  3.685e-02  19.410 < 2e-16 ***
dt_n$F2     5.012e-01  3.685e-02  13.601 < 2e-16 ***
dt_n$F3     2.486e-01  3.685e-02   6.745 4.63e-10 ***
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

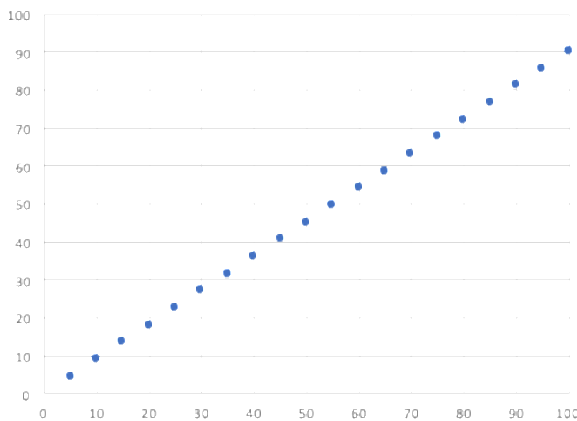
Residual standard error: 0.4234 on 129 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.8248,    Adjusted R-squared:  0.8207
F-statistic: 202.4 on 3 and 129 DF,  p-value: < 2.2e-16
```

Fuente: elaboración propia.

La figura 40 muestra un r^2 de 0.8118 mientras que la figura 41 presenta un r^2 de 0.8248, en ambos casos representa la variación de la variable PIBT que puede ser explicada por el ICT, es decir, la covariación entre las variables mencionadas. A partir de los resultados de la regresión lineal que se muestra en la figura 40 se obtiene la siguiente función para el PIB turístico de los pueblos mágicos: $PIBT = 0.901 ICT$. Se observa que la relación entre las variables es positiva y que el PIBT crece 0.901 en función del ICT. En la Figura 42 se muestran gráficamente los resultados de dicha función.

Figura 42.

Gráfica de la función del PIBT a partir del ICT

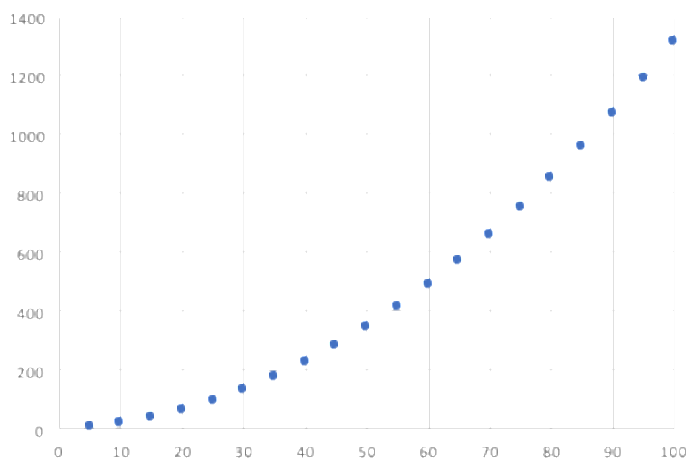


Fuente: elaboración propia.

Del mismo modo, a partir de los resultados de la regresión lineal que se muestra en la figura 41 se obtiene la siguiente función para el PIB turístico de los pueblos mágicos, considerando ahora cada uno de los factores que conforman el ICT: $PIBT = 0.7153F1 + 0.5012F2 + 0.2486F3$. Nuevamente se observa una relación positiva entre los factores del ICT y el PIBT. En la Figura 43 se muestran gráficamente los resultados de dicha función.

Figura 43.

Gráfica de la función del PIBT a partir de los factores del ICT



Fuente: elaboración propia.

Finalmente, se realizó una regresión lineal más para probar la hipótesis No. 1 (Los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los de mayor número de años en el programa). En este caso la variable independiente fue el número de años que tienen los pueblos mágicos con dicha denominación y como variable dependiente la competitividad turística. La Figura 44 muestra el resultado obtenido de tal regresión.

A partir de los resultados de la regresión lineal que se muestra en la figura 44 se obtiene la siguiente función para la Competitividad Turística de los pueblos mágicos a partir del número de años $ICT = -0.03483AÑOS$. Cabe mencionar que en este caso ni el intercepto ni la variable son significativas, en caso de que los fueran se observaría una relación negativa, es decir, conforme aumenta el número de años, la competitividad disminuye, ver figura 45.

Figura 44.

Regresión lineal entre la Competitividad Turística y el número de años en el programa de los Pueblos Mágicos de México

```
Call:
lm(formula = dt_n$ICT ~ dt_n$ANIOS)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-0.6689 -0.5295 -0.3545  0.0851  6.1600

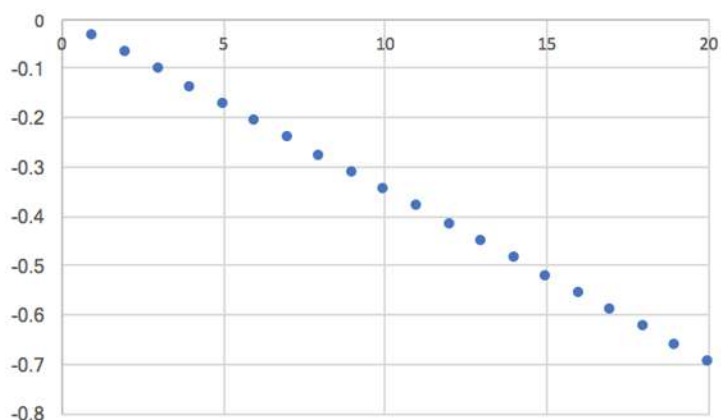
Coefficients:
              Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) -6.684e-17  8.699e-02   0.000   1.000
dt_n$ANIOS  -3.483e-02  8.732e-02  -0.399   0.691

Residual standard error: 1.003 on 131 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.001213, Adjusted R-squared: -0.006411
F-statistic: 0.1591 on 1 and 131 DF, p-value: 0.6907
```

Fuente: elaboración propia.

Figura 45.

Gráfica de la función del ICT a partir de los AÑOS



Fuente: elaboración propia.

5.4 Contraste de hipótesis

Las cuatro hipótesis que se plantearon en esta investigación implican las siguientes proposiciones:

Hipótesis específica No. 1. Los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los de mayor número de años en el programa.

A partir del análisis de correlación realizado entre las variables competitividad turística y número de años en el programa de los Pueblos Mágicos, no se observó una relación significativa entre las variables, suponiendo una omisión en el detalle anterior la función obtenida quedaría de la siguiente manera $ICT = -0.03483AÑOS$, función que muestra una relación negativa, es decir, conforme los años en el programa aumentan, la competitividad turística disminuye. Los resultados obtenidos permiten rechazar esta hipótesis, concluyendo que los pueblos mágicos con mayor competitividad turística no son los de mayor número de años en el programa.

Adicionalmente, las Tablas 20 y 28 muestran ambos datos y se puede observar que el pueblo mágico de Todos Santos, el cuál ocupa la primera posición en el Índice de Competitividad Turística obtuvo su nombramiento en el año 2006, por lo que al día de hoy lleva 14 años en el programa; por otra parte, Santiago, Nuevo León; Coatepec, Veracruz de Ignacio de la Llave; Bacalar, Quintana Roo; Cuitzeo, Michoacán de Ocampo y Real de Asientos, Aguascalientes también fueron incorporados en el año 2006 y se encuentran lejos de la primera posición.

Las primeras localidades incorporadas a Pueblos Mágicos, Xico en Veracruz de Ignacio de la Llave; Huasca de Ocampo en Hidalgo y Real de Catorce en San Luis Potosí ocupan las posiciones 89, 102 y 126 respectivamente, en el Índice de Competitividad Turística y llevan 20 años con el nombramiento. Además, algunas de las localidades incorporadas en el 2020 ocupan mejores posiciones que las antes mencionadas, como es el caso de Isla Aguada en Campeche 5ª posición; Mexcatitlán en Nayarit 17ª posición; Ajijic en Jalisco 20ª posición; Sisal en Yucatán, 61ª posición; Paracho en Michoacán de Ocampo 64ª posición; Santa María del Río en San Luis Potosí 77ª posición y Zempoala en Hidalgo 80ª posición.

Hipótesis específica No. 2. Los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo contribuyen a determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos.

Con base en los resultados obtenidos del análisis factorial exploratorio es posible decir que se prueba esta hipótesis específica, es decir, los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo contribuyen a determinar la competitividad turística de los Pueblos Mágicos. Lo anterior derivado de que se han conservado 17 indicadores que son parte de dichas dimensiones, como se observó en la Tabla 19.

Hipótesis específica No. 3. Los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los que generan más PIB turístico.

A partir de los resultados presentados en la Tabla 25, se observa una relación respecto a la posición que ocupa el pueblo mágico en el índice de competitividad turística y la posición que ocupa respecto al PIB turístico que generan, datos que permiten probar esta hipótesis, es decir, los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los que generan más PIB turístico.

Hipótesis general. El PIB turístico de un pueblo mágico se ve influenciado positivamente por la competitividad turística del mismo.

Finalmente, se realizó un análisis de correlación entre el PIB turístico y el índice de competitividad turística, el resultado de dicho análisis indica que el $PIBT=0.90ICT$, fórmula que muestra una relación positiva entre ambas variables, es decir, el PIB turístico de un pueblo mágico se ve influenciado positivamente por la competitividad turística del mismo.

5.5. Teoría de Efectos Olvidados

Kaufmann y Aluja (1988) afirman que todos los acontecimientos que nos rodean forman parte de un sistema o subsistema y aseguran que cualquier actividad está sujeta a algún tipo de incidencia de causa y efecto, sin embargo, dichas relaciones causales no son siempre evidentes o explícitas (Gil-Lafuente *et al.*, 2015), por lo que existe la posibilidad de omitir algunas relaciones de manera voluntaria o involuntaria, debido precisamente a que no son directamente percibidas (Saldaña y Guamán, 2019).

La Teoría de los Efectos Olvidados, propuesta por Kaufmann y Aluja en 1988, permite obtener todas las relaciones directas e indirectas de los fenómenos analizados, minimizando los posibles errores u omisiones. Para el presente trabajo se han planteado como causas y efectos, los siguientes:

$$A = \{a_i / i = 1, 2, \dots, n\}: \text{Subdimensiones de la Competitividad Turística}$$

$$B = \{b_i / j = 1, 2, \dots, n\}: \text{Actividades económicas que conforman el PIB turístico}$$

En la Tabla 26 se pueden observar las causas y efectos considerados en el análisis.

Tabla 26.

Causas y efectos a analizar

Causas	Efectos
a1. Recursos naturales	b1. Comercio al por menor (tiendas de autoservicio, departamentales, productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado, artículos para el cuidado de la salud, entre otros)
a2. Recursos culturales	b2. Transporte (aéreo, ferrocarril, por agua, terrestre-excepto ferrocarril, turístico, servicios relacionados)
a3. Infraestructura turística	b3. Industria fílmica y del video, e industria del sonido
a4. Eventos	b4. Actividades bursátiles, cambiarias y de inversión
a5. Servicios complementarios al turismo	b5. Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles
a6. Infraestructura general	b6. Servicios de fotografía y videograbación
a7. Accesibilidad al destino	b7. Servicios de apoyo a los negocios (agencias de viajes, operadoras de excursiones y paquetes turísticos, organizadoras de convenciones, otros servicios de reservaciones)
	b8. Servicios educativos
	b9. Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos
	b10. Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas

Causas	Efectos
	b11. Otros servicios excepto actividades gubernamentales (incluye servicios de reparación y mantenimiento, servicios personales, asociaciones)

Fuente: elaboración propia.

Enseguida, se contacto a un total de 25 expertos que se dedican a la investigación turística, para pedir su colaboración evaluando las relaciones causa-efecto, causa-causa y efecto-efecto a partir de una escala endecadaria, como la presentada en la Tabla 27.

Tabla 27.

Escala endecadaria

Grado	Significado
0	No tiene incidencia
0.1	Prácticamente sin incidencia
0.2	Casi sin incidencia
0.3	Tiene muy débil incidencia
0.4	Tiene débil incidencia
0.5	Mediana incidencia
0.6	Tiene sensible incidencia
0.7	Tiene bastante incidencia
0.8	Tiene fuerte incidencia
0.9	Tiene muy fuerte incidencia
1	Tiene la máxima incidencia

Fuente: Kaufmann y Gil-Aluja (1988)

A partir de las valuaciones obtenidas con los expertos se conformaron 3 expertones. Mismos que se presentan en las Tablas 28, 29 y 30.

Tabla 28.

Matriz de causa-efecto. Relación directa

Causa/Efecto	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
a1	0.51	0.68	0.58	0.36	0.60	0.57	0.56	0.55	0.68	0.73	0.57

Causa/Efecto	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
a2	0.61	0.68	0.69	0.41	0.63	0.63	0.62	0.68	0.81	0.80	0.64
a3	0.71	0.89	0.63	0.57	0.75	0.59	0.76	0.63	0.81	0.91	0.69
a4	0.73	0.73	0.68	0.54	0.79	0.72	0.74	0.58	0.81	0.85	0.67
a5	0.69	0.73	0.53	0.54	0.62	0.50	0.67	0.56	0.67	0.72	0.64
a6	0.76	0.83	0.56	0.58	0.67	0.50	0.66	0.65	0.75	0.79	0.71
a7	0.70	0.93	0.58	0.47	0.69	0.49	0.65	0.63	0.71	0.82	0.65

Fuente: elaboración propia.

Tabla 29.

Matriz de relaciones entre las subdimensiones de la Competitividad Turística

Causa/Causa	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7
a1	1.00	0.72	0.71	0.58	0.65	0.68	0.75
a2	0.71	1.00	0.78	0.81	0.71	0.72	0.77
a3	0.74	0.76	1.00	0.82	0.80	0.83	0.88
a4	0.59	0.79	0.80	1.00	0.76	0.77	0.84
a5	0.62	0.70	0.77	0.77	1.00	0.77	0.77
a6	0.65	0.67	0.84	0.77	0.77	1.00	0.83
a7	0.71	0.72	0.88	0.85	0.77	0.83	1.00

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 31 se presentan las incidencias de primer orden entre la matriz de relaciones causa-efecto directas y la matriz de relaciones de las subdimensiones de la Competitividad Turística (causa – causa). Las incidencias de primer orden son obtenidas a partir de la Convolución maxmin.

Tabla 30.

Matriz de relaciones entre las actividades económicas que conforman el PIBT

Efecto/Efecto	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
b1	1.00	0.71	0.50	0.58	0.52	0.48	0.56	0.51	0.56	0.65	0.55
b2	0.72	1.00	0.51	0.47	0.63	0.48	0.63	0.66	0.73	0.76	0.67
b3	0.52	0.55	1.00	0.40	0.46	0.70	0.58	0.44	0.61	0.59	0.52
b4	0.61	0.52	0.41	1.00	0.64	0.42	0.60	0.50	0.52	0.54	0.56
b5	0.55	0.65	0.45	0.63	1.00	0.46	0.56	0.52	0.59	0.71	0.58

Efecto/Efecto	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
b6	0.45	0.47	0.71	0.40	0.45	1.00	0.50	0.49	0.59	0.53	0.50
b7	0.59	0.67	0.57	0.61	0.61	0.47	1.00	0.52	0.63	0.71	0.62
b8	0.58	0.67	0.43	0.47	0.48	0.48	0.48	1.00	0.65	0.63	0.62
b9	0.63	0.74	0.61	0.55	0.64	0.59	0.64	0.67	1.00	0.74	0.60
b10	0.69	0.76	0.55	0.53	0.71	0.54	0.65	0.62	0.73	1.00	0.60
b11	0.54	0.67	0.49	0.53	0.58	0.50	0.57	0.64	0.58	0.61	1.00

Fuente: elaboración propia.

Tabla 31.

Matriz de incidencias de primer orden

Matriz AM	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
a1	0.71	0.75	0.69	0.58	0.71	0.63	0.71	0.68	0.72	0.75	0.69
a2	0.73	0.78	0.69	0.58	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.81	0.71
a3	0.76	0.89	0.69	0.58	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.91	0.71
a4	0.76	0.84	0.69	0.58	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.85	0.71
a5	0.76	0.77	0.69	0.58	0.77	0.72	0.76	0.68	0.77	0.77	0.71
a6	0.76	0.84	0.68	0.58	0.77	0.72	0.76	0.67	0.81	0.84	0.71
a7	0.76	0.93	0.69	0.58	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.88	0.71

Fuente: elaboración propia.

Posteriormente, se obtuvo la matriz de incidencias de segundo orden, la cual se observa en la Tabla 32 y surge a partir de la convolución de la matriz de incidencias de primer orden con la matriz de relaciones de las actividades económicas del PIBT (Efecto – Efecto).

Tabla 32.

Matriz de incidencias de segundo orden.

Matriz AMB	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
a1	0.72	0.75	0.69	0.63	0.71	0.69	0.71	0.68	0.73	0.75	0.69
a2	0.73	0.78	0.71	0.63	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.81	0.71
a3	0.76	0.89	0.71	0.63	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.91	0.71
a4	0.76	0.84	0.71	0.63	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.85	0.71
a5	0.76	0.77	0.71	0.63	0.77	0.72	0.76	0.68	0.77	0.77	0.71

Matriz AMB	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
a6	0.76	0.84	0.71	0.63	0.77	0.72	0.76	0.67	0.81	0.84	0.71
a7	0.76	0.93	0.71	0.63	0.79	0.72	0.76	0.68	0.81	0.88	0.71

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, la Tabla 33 muestra los efectos olvidados, obtenidos a partir de la diferencia absoluta entre los efectos directos (matriz causa – efecto) y la matriz de incidencias de segundo orden.

Tabla 33.

Matriz de efectos olvidados

Causa-Efecto	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11
a1	0.21	0.08	0.11	0.27	0.11	0.12	0.16	0.13	0.05	0.03	0.12
a2	0.12	0.11	0.02	0.22	0.16	0.09	0.15	0.00	0.00	0.01	0.08
a3	0.05	0.00	0.08	0.05	0.04	0.13	0.00	0.05	0.00	0.00	0.02
a4	0.02	0.11	0.03	0.09	0.00	0.00	0.03	0.10	0.00	0.00	0.04
a5	0.07	0.04	0.18	0.09	0.15	0.22	0.10	0.12	0.11	0.05	0.07
a6	0.00	0.01	0.15	0.05	0.11	0.22	0.11	0.02	0.07	0.05	0.00
a7	0.05	0.00	0.13	0.16	0.10	0.23	0.12	0.05	0.11	0.07	0.06

Fuente: elaboración propia.

En la tabla anterior resalta la influencia de las variables recursos naturales (a1), recursos culturales (a2), servicios complementarios al turismo (a5), infraestructura general (a6) y accesibilidad al destino (a7) con efectos indirectos a algunas de las actividades económicas del PIBT como comercio al por menor (b1), actividades bursátiles cambiarias y de inversión (b4), así como servicios de fotografía y videgrabación (b6).

En la Tabla 34 se presentan detalladamente las relaciones con los mayores efectos olvidados, mostrando la evaluación inicial, la evaluación real obtenida de la convolución maxmin y el efecto olvidado.

Tabla 34.*Principales efectos olvidados*

Causa	Efecto	Valor inicial	Valor acumulado	Efecto olvidado
a1-Recursos naturales	b4-Actividades bursátiles, cambiarias y de inversión	$\mu_i(a1 \rightarrow b4)$ = 0.36	$\mu_a(a1 \rightarrow b4)$ = 0.63	0.27
a2-Recursos culturales	b4-Actividades bursátiles, cambiarias y de inversión	$\mu_i(a2 \rightarrow b4)$ = 0.41	$\mu_a(a2 \rightarrow b4)$ = 0.63	0.22
a7-Accesibilidad al destino	b6-Servicios de fotografía y videograbación	$\mu_i(a7 \rightarrow b6)$ = 0.49	$\mu_a(a7 \rightarrow b6)$ = 0.72	0.23
a6-Infraestructura general	b6-Servicios de fotografía y videograbación	$\mu_i(a6 \rightarrow b6)$ = 0.50	$\mu_a(a6 \rightarrow b6)$ = 0.72	0.22
a5-Servicios complementarios al turismo	b6-Servicios de fotografía y videograbación	$\mu_i(a5 \rightarrow b6)$ = 0.50	$\mu_a(a5 \rightarrow b6)$ = 0.72	0.22
a1-Recursos naturales	b1-Comercio al por menor	$\mu_i(a1 \rightarrow b1)$ = 0.51	$\mu_a(a1 \rightarrow b1)$ = 0.72	0.21

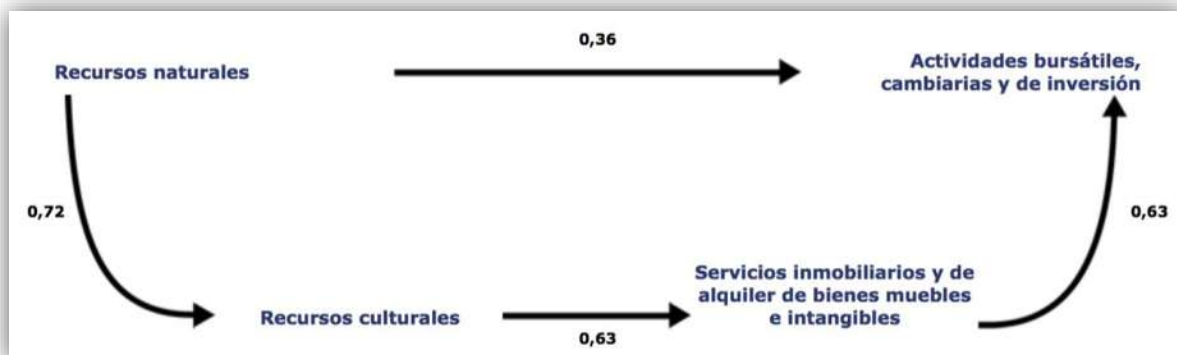
Fuente: elaboración propia.

Profundizando en el análisis de la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto), se observa que los expertos habían evaluado dicha relación en 0.36, sin embargo, al evaluar las relaciones de segundo orden se detectó un valor real de 0.63 originado por 4 diferentes situaciones: en el primer caso los recursos culturales así como los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles ejercen un efecto entre la relación recursos naturales – actividades bursátiles, cambiarias y de inversión, ver Figura 46; en el segundo caso son la infraestructura turística junto con los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, ver Figura 47; en el tercer caso, la influencia está dada por la infraestructura general junto con los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, ver Figura 48; por último, en el

cuarto caso, están presentes la accesibilidad al destino y los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, ver Figura 49.

Figura 46.

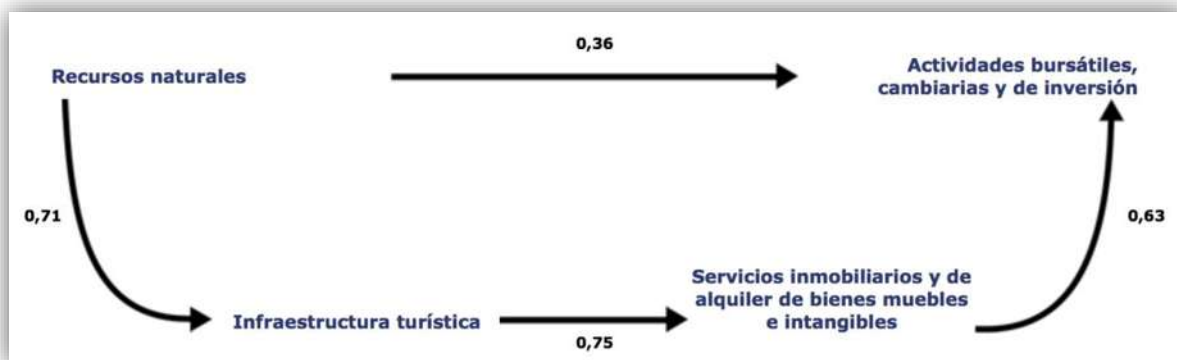
Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 1



Fuente: elaboración propia.

Figura 47.

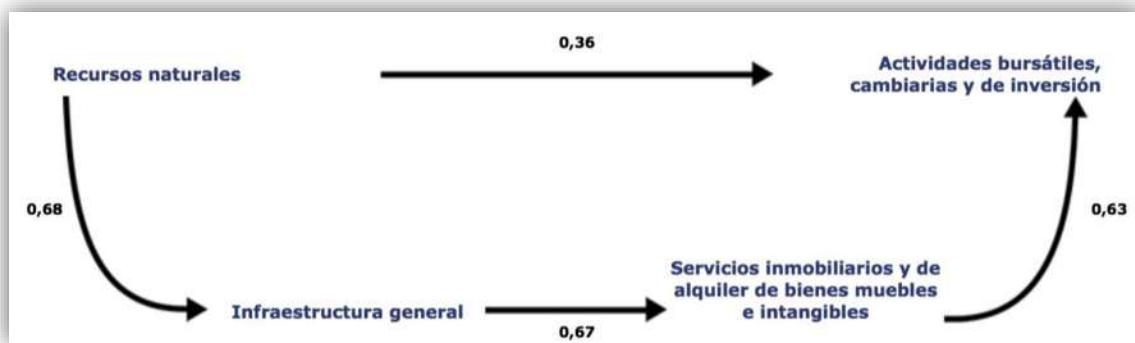
Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 2



Fuente: elaboración propia.

Figura 48.

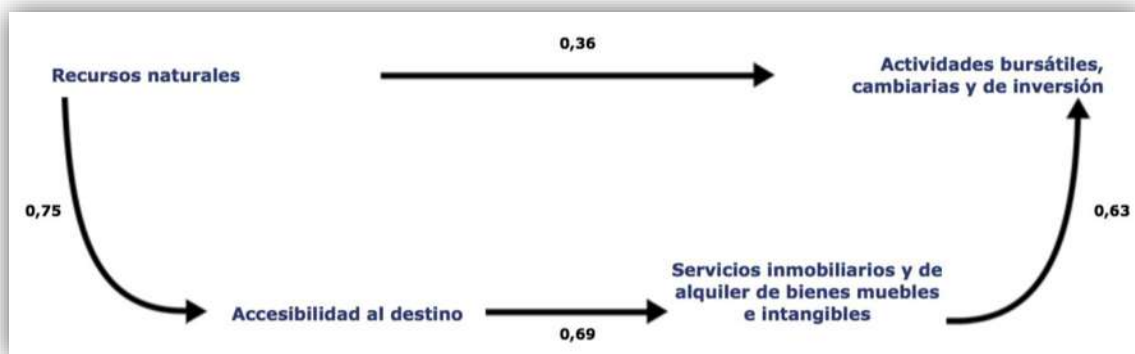
Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 3



Fuente: elaboración propia.

Figura 49.

Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 4



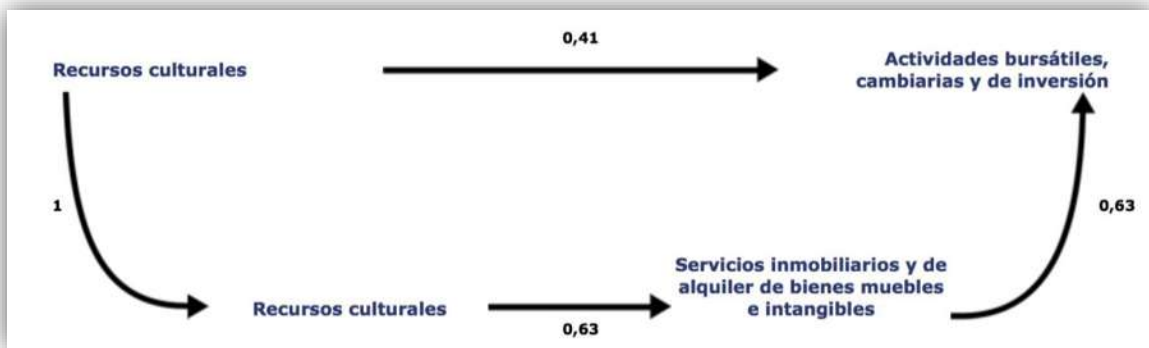
Fuente: elaboración propia.

En lo que respecta a la relación recursos culturales – actividades bursátiles, cambiarias y de inversión, también había sido subvalorada por los expertos (0.41), al observar las relaciones de segundo orden dicha relación tiene un valor real de 0.63, ocasionado por el efecto indirecto que ejercen los recursos culturales (Caso 1), ver Figura 50; la infraestructura turística (Caso 2), ver Figura 51, los eventos (Caso 3), ver Figura 52; la infraestructura

general (Caso 4), ver Figura 53 y finalmente, la accesibilidad al destino (Caso 5), ver Figura 54, todas ellas a través de los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.

Figura 50.

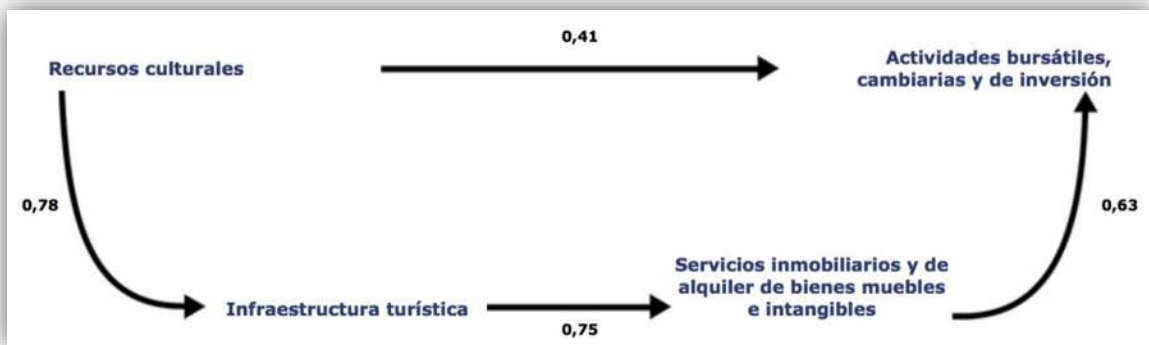
Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 1



Fuente: elaboración propia.

Figura 51.

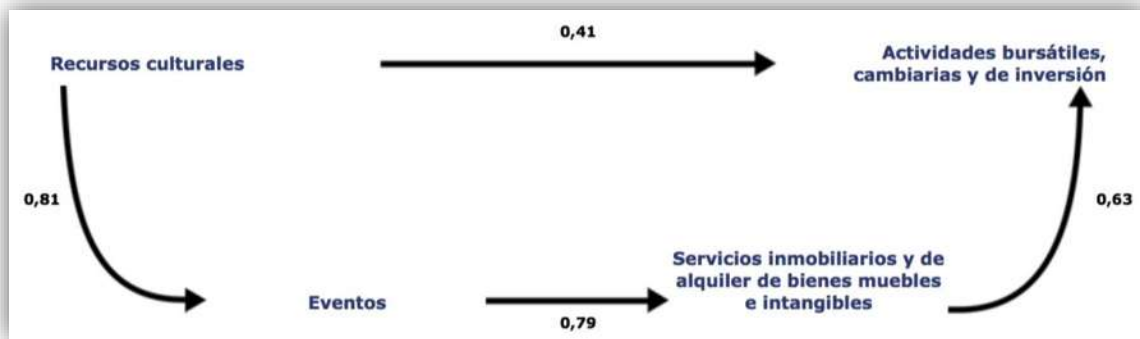
Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 2



Fuente: elaboración propia.

Figura 52.

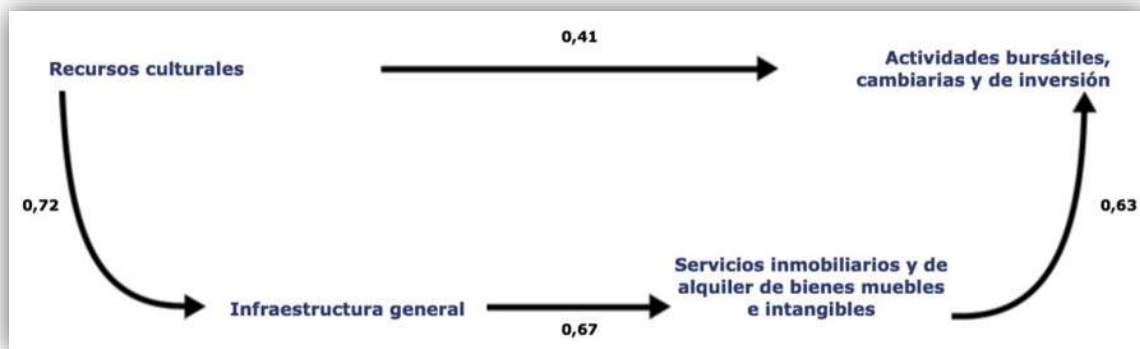
Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 3



Fuente: elaboración propia.

Figura 53.

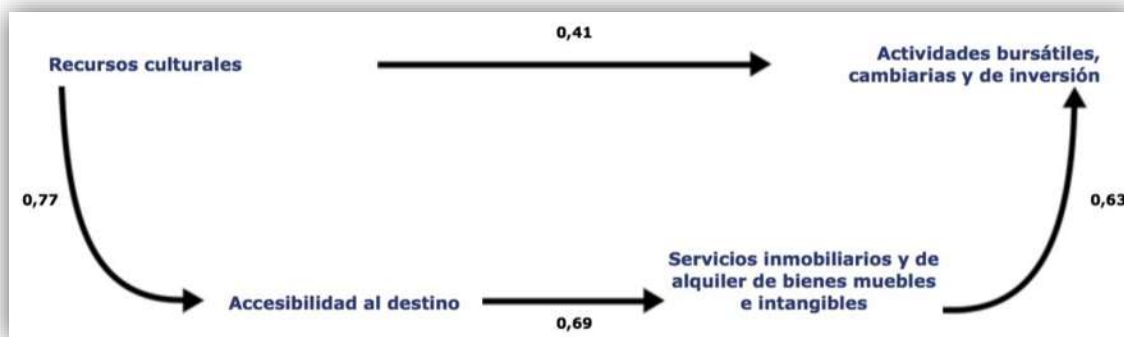
Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 4



Fuente: elaboración propia.

Figura 54.

Efecto olvidado en la relación recursos culturales (causa) con las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión (efecto). Caso 5

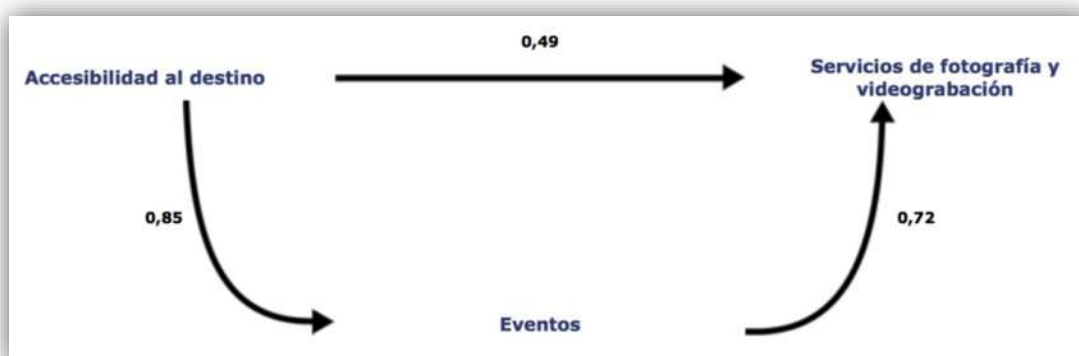


Fuente: elaboración propia.

En lo que respecta al efecto servicios de fotografía y videograbación, se encuentra presente con un efecto olvidado importante en 3 situaciones diferentes, la primera de ellas en la relación con la causa accesibilidad al destino, la segunda con la causa infraestructura general y la tercera con la causa servicios complementarios al turismo. En las 3 situaciones mencionadas, la incidencia viene dada a través de los eventos, ver Figuras 55, 56 y 57.

Figura 55.

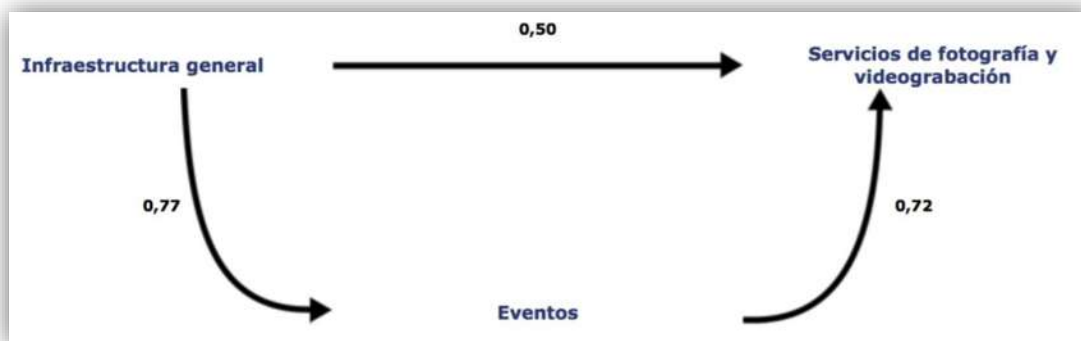
Efecto olvidado en la relación accesibilidad al destino (causa) con los servicios de fotografía y videograbación (efecto)



Fuente: elaboración propia.

Figura 56.

Efecto olvidado en la relación infraestructura general (causa) con los servicios de fotografía y videograbación (efecto)



Fuente: elaboración propia.

Figura 57.

Efecto olvidado en la relación servicios complementarios al turismo (causa) con los servicios de fotografía y videograbación (efecto)

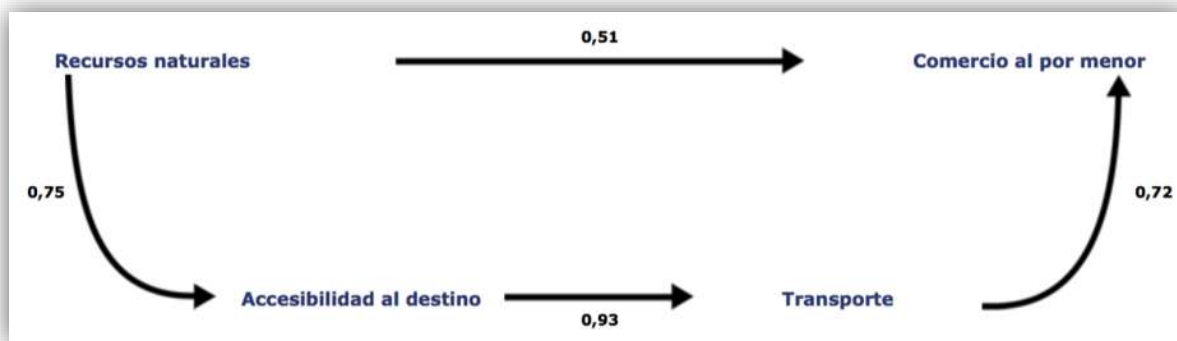


Fuente: elaboración propia.

Por último, la relación recursos naturales – comercio al por menor también se vio modificada; inicialmente se valoró en 0.51, sin embargo, el valor real debe ser 0.72 debido que el comercio al por menor recibe un efecto indirecto de los recursos naturales a través de la accesibilidad al destino y el transporte, ver Figura 58.

Figura 58.

Efecto olvidado en la relación recursos naturales (causa) con comercio al por menor (efecto)



Fuente: elaboración propia.

Cabe resaltar también que existen 13 relaciones cuya evaluación realizadas por los expertos y cuyo resultado obtenido de la Teoría Efectos Olvidados dan exactamente el mismo valor, existiendo un efecto olvidado con valor de 0. Dichas relaciones son las siguientes: infraestructura general – comercio al por menor, infraestructura turística – transporte, accesibilidad al destino – transporte, eventos – servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, evento - servicios de fotografía y videograbación, infraestructura turística – servicios de apoyo a los negocios, recursos culturales – servicios educativos, recursos culturales – servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos, infraestructura turística - servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos, eventos - servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos, infraestructura turística – servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, eventos – servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, por último, infraestructura general – otros servicios excepto actividades gubernamentales.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se exponen las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado en el trabajo de investigación titulado “La competitividad turística de los pueblos mágicos de México y su relación con el PIB turístico”, así como las futuras líneas de investigación que se han visualizado útiles y necesarias para desarrollo de los Pueblos Mágicos como destinos turísticos competitivos.

6.1 Conclusiones

- Respecto al problema de investigación

El presente trabajo de investigación inició exponiendo que es a través del estudio, análisis y entendimiento de la competitividad turística que se facilita el establecimiento de estrategias idóneas para alcanzar un desarrollo económico; además de que la revisión de la literatura llevó a detectar que en el caso particular de los destinos turísticos “Pueblos Mágicos” se desconoce su competitividad y la relación con el PIB turístico que generan. Al respecto, con el desarrollo de este trabajo de investigación se ha compensado el vacío encontrado en la literatura, ya que se evaluó la competitividad turística de cada uno de los pueblos mágicos y se obtuvo un índice de competitividad que además ayudó a posicionar a los pueblos de mayor a menor competitividad; también se evaluó la relación entre la competitividad turística y el PIB turístico de los mismos, todo lo anterior para el total de localidades que tienen dicho nombramiento al año 2022. Estudiar, analizar y entender la competitividad de los pueblos mágicos sirve para establecer estrategias enfocadas a aquellos aspectos que elevan la competitividad del pueblo como destino turístico, mismos que serán mencionados más adelante.

- Respecto a los objetivos de investigación

Ante el contexto abordado en el problema de investigación, se planteó el objetivo general de determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y su relación con el PIB turístico que generan, para plantear las directrices básicas que guíen sus estrategias

dentro del mercado turístico; como objetivos específicos se tuvieron los siguientes: 1) medir el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos, 2) analizar si los recursos heredados, creados y de apoyo son factores que determinan el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos y 3) calcular el PIB turístico de los pueblos mágicos.

Con los resultados obtenidos en el desarrollo de la presente investigación se puede afirmar que los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo son factores que determinan el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México. A través de esos factores se midió la competitividad de los pueblos mágicos, generando un Índice de Competitividad Turística (ICT) para los 132 pueblos mágicos de México; se encontró al pueblo de Todos Santos, Baja California Sur en la primera posición del ICT con un puntaje de 62.892 y al pueblo de Bustamante, Nuevo León en la última posición del ICT con un puntaje de 11.526.

Se estimó el PIB turístico de los pueblos mágicos de México a través de la Producción Bruta Total de las actividades económicas que se clasifican como turísticas según el INEGI. Finalmente se estableció un análisis de correlación entre las variables del estudio: PIB turístico y Competitividad Turística; se encontró que el PIB turístico se ve influenciado positivamente por la competitividad turística del mismo, es decir, a mayor competitividad turística del pueblo mágico, mayor PIB turístico generará.

- Respecto a las hipótesis de investigación

En continuidad al problema y objetivos antes expuestos, se plantearon 4 hipótesis de investigación, 1 general y 3 específicas, mismas que escribo a continuación, hipótesis general: el PIB turístico de un pueblo mágico se ve influenciado positivamente por la competitividad turística del mismo; específica 1) los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los de mayor número de años en el programa, específica 2) los recursos heredados, creados y de apoyo contribuyen a determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos, específica 3) los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los que generan más PIB turístico. Al término del presente trabajo de investigación se tuvieron las evidencias suficientes para rechazar la hipótesis específica #1 ya que no se encontró relación alguna del puntaje obtenido en el ICT con los años que lleva el destino con la denominación como pueblo mágico; por otra parte, se aceptó la hipótesis específica #2, es

decir, los recursos heredados, creados y de apoyo si contribuyen a determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos; también se aceptó la hipótesis específica #3 y la hipótesis general al encontrar relación entre el ICT y el PIB turístico de los destinos analizados y tener evidencia para argumentar que dicha relación es positiva, es decir, entre mayor competitividad turística tenga el destino, mayor será el PIB turístico que genere. En síntesis, de las 4 hipótesis planteadas, 3 fueron aceptadas y 1 fue rechazada.

- Respecto a las aportaciones

Los resultados alcanzados en el actual trabajo de investigación contribuyen directamente a la visión que se ha planteado la estrategia nacional de pueblos mágicos, misma que busca posicionar a México como una potencia turística competitiva y de vanguardia, que logre el desarrollo equitativo, justo y equilibrado entre comunidades y regiones, mediante el aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural y natural. La principal aportación que visualizo es la elaboración del índice de competitividad turística en destinos con características tan únicas como los pueblos mágicos, ya que dicho índice plasma cada uno los aspectos importantes de dichas localidades como destinos turísticos; además de que contar con un indicador como ese permite evaluar el antes y el después de las acciones que se realicen en pro de una mejor competitividad, así como la evolución que tenga a lo largo del tiempo. Saber cómo influye la competitividad al PIB turístico también es otra aportación importante, en este sentido si el objetivo es que incremente el PIB turístico tendrían que dirigirse acciones principalmente a mejorar o ampliar los recursos heredados como la oferta de playa (recursos naturales) y los museos (recursos culturales) según aplique, también a los recursos creados como la infraestructura turística, eventos y servicios complementarios al turismo; finalmente a los recursos de apoyo como la accesibilidad del destino.

Por otra parte, al incluir dentro de este trabajo la Teoría de Efectos Olvidados propuesta por Kaufmann & Gil Aluja en 1988 los resultados se ampliaron en el sentido de encontrar específicamente qué actividades del PIB turístico se ven influenciadas por qué factores de la competitividad; antes de esto únicamente se conocía la influencia general del ICT al PIB turístico. Al respecto cabe resaltar las principales relaciones tanto directas como indirectas observadas en el fenómeno analizado. Respecto a las relaciones directas, cuyo efecto olvidado fue 0, se tienen infraestructura general – comercio al por menor, infraestructura

turística – transporte, accesibilidad al destino – transporte, eventos – servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, evento - servicios de fotografía y videograbación, infraestructura turística – servicios de apoyo a los negocios, recursos culturales – servicios educativos, recursos culturales – servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos, infraestructura turística - servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos, eventos - servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos, infraestructura turística – servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, eventos – servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, por último, infraestructura general – otros servicios excepto actividades gubernamentales. Respecto a las relaciones indirectas, cuyos efectos olvidados tuvieron los valores más altos del análisis son recursos naturales – actividades bursátiles, cambiarias y de inversión, recursos culturales - actividades bursátiles, cambiarias y de inversión, accesibilidad al destino – servicios de fotografía y videograbación, infraestructura general destino – servicios de fotografía y videograbación, servicios complementarios al turismo destino – servicios de fotografía y videograbación, finalmente, recursos naturales – comercio al por menor.

6.2 Recomendaciones

Una vez analizada la competitividad turística de los pueblos mágicos, los resultados obtenidos permiten comparar los indicadores más destacados y los que son susceptibles de mejora en función de cada factor de competitividad. Se recomienda a los responsables del programa “Pueblos Mágicos” centrar su atención y esfuerzos en los recursos creados, específicamente en los servicios complementarios al turismo (tales como servicio bancario y financiero, servicio médico, gasolineras, jardines botánicos y zoológicos), en la infraestructura turística (tales como infraestructura de restaurantes y bares, agencias de viajes, alquiler de autor, transporte turístico, operadoras de tours, infraestructura hotelera, alquiler de autobuses y remolques) y en los eventos (tales como cines, actividades deportivas y actividades recreativas); en los recursos heredados, específicamente en los recursos naturales (tales como oferta de playa, según aplique a cada pueblo mágico) y recursos culturales (tales como museos); finalmente, en los recursos de apoyo, en especial en la accesibilidad al destino (tales como los servicios de transporte terrestre).

A excepción de los recursos naturales, el resto de los indicadores de cada factor de competitividad pueden ser creados por el ser humano, se recomienda identificar los recursos que le hacen falta a cada destino, así como la calidad de los ya existentes para enseguida integrar a los planes de desarrollo de cada pueblo acciones encaminadas a contar con todos los indicadores mencionados en el párrafo anterior tanto en calidad como en cantidad suficiente para atender las necesidades y expectativas del turista que visita el pueblo mágico. Lo anterior permitirá elevar la competitividad turística de cada destino y en efecto su PIB turístico.

Con antelación se mencionó el hecho de que los recursos naturales no pueden ser creados por el hombre, sin embargo, el hombre si está en posibilidades e incluso se podría decir que en la obligación de buscar su cuidado y conservación dada la importancia que tienen estos recursos en la competitividad del destino, específicamente se observó un efecto indirecto de los recursos naturales hacia el comercio al por menor y hacia las actividades bursátiles, cambiarias y de inversión, este último efecto también se observó a partir de los recursos culturales.

La estrategia nacional de pueblos mágicos en su objetivo #2, tiene una línea estratégica enfocada a impulsar la ampliación y conservación de infraestructura para el desarrollo turístico sostenible en los pueblos mágicos; combinado lo anterior con los resultados de la presente investigación es posible identificar de manera específica la infraestructura a la cual debería dirigirse dicha línea estratégica en cada destino. Así mismo, los resultados aquí presentados pueden contribuir al diseño de la estrategia estatal que se solicita a cada estado que cuente con uno o varios pueblos mágicos, ya que para el desarrollo de dicha estrategia estatal se requiere un diagnóstico de los pueblos mágicos, en tal sentido el ICT podría ser parte del diagnóstico. Finalmente, estos resultados podrían servir de base para elaborar el programa municipal de turismo y el plan de fortalecimiento que deben desarrollar aquellos municipios que cuentan con algún pueblo mágico; contribuyendo de este modo a cumplir parte de los requisitos que se le solicitan para su permanencia en el programa.

6.3 Futuras líneas de investigación

Como futuras líneas de investigación para los pueblos mágicos se visualizan las siguientes: evaluar la satisfacción de los residentes a partir de que el nombramiento pueblo

mágico fue otorgado al lugar; evaluar la percepción y satisfacción del turista sobre los servicios turísticos y en general sobre el pueblo mágico; analizar el uso de las TIC's por parte de los distintos servicios turísticos y por el pueblo mágico en general, como herramientas para la promoción y comercialización turística del lugar; evaluar la calidad en el servicio que brindan los diversos establecimientos involucrados directamente en la actividad turística; valorar la afectación económica que tuvieron los pueblos mágicos durante y después de la pandemia; estudiar la rentabilidad sobre la inversión pública que se ha realizado a estos destinos; finalmente, se considera viable realizar este mismo estudio en diversos periodos de tiempo, ello con el objetivo de estudiar la evolución de cada pueblo mágico sobre la competitividad turística y el PIB turístico.

REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2009). *Competitividad de los destinos turísticos*. México: Trillas.
- Allen, W. (1998). *Mercantilism*. En: Eatwell, J., Milgate, M. y Newman, P. *The new palgrave: A dictionary of economics*, The MacMillanPress Limited, 3, 445–449
- Alonso, V. H. (2010). Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(2), 201-220. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000200003
- Alonsoperez, M. J., y Risso, W. A. (2014). Una aproximación al PIB turístico departamental de Uruguay en 2010. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(4), 777-789. Disponible en: <https://www.pasosonline.org/Publicados/12414/PASOS39.pdf#page=123>
- Álvarez-García, J., Fraiz-Brea, J. A., y Del Río-Rama, M. D. L. C. (2012). Análisis de las motivaciones para certificar la marca “Q de calidad turística”: Sector de Alojamiento. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1), 101-121. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60063-X](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60063-X)
- Álvarez-García, J., Vila-Alonso, M., Fraiz-Brea, J. A., y Del Río-Rama, M. D. L. C. (2013). Análisis de las relaciones de dependencia entre los factores críticos de la calidad y los resultados. Sector de alojamiento turístico en España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 74-89. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2012.08.001>
- Álvarez-García, J., Del Río-Rama, M. D. L. C., y Vila-Alonso, M. (2014a). The effects of quality management practices on key results: questionnaires sample for the industry of tourist accommodation in Spain. *Revista Brasileira de Gestao de Negócios*, 16(52), 351-373. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i52.1614>
- Álvarez-García, J., Del Río-Rama, M. D. L. C., Fraiz-Brea, J. A., y Vila-Alonso, M. (2014b). Nivel de implementación de la calidad en los balnearios españoles. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 259-280. Disponible en: <https://www.pasosonline.org/Publicados/12214/PASOS37.pdf#page=9>
- Amaya, C. M., Sosa, A. P., y Moncada, P. (2017) Determinantes de competitividad turística en destinos de sol y playa mexicanos. *Región y sociedad*, 29(68), 279-315.

- <https://doi.org/10.22198/rys.2017.68.a205>
- Andrades, L., y Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360-376. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>
- Arias, F. J., Caraballo, A. M., y Matos, R. E. (2012). El turismo de salud. Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Clío América*, 6(11), 72-98. <https://doi.org/10.21676/23897848.440>
- Armenski, T., Dwyer, K., y Pavlukovic, V. (2017). Destination competitiveness: public and private sector tourism management in Serbia. *Journal of Travel Research*, 57(3), 1-15. <https://doi.org/10.1177/0047287517692445>
- Astudillo, M. (2012). *Fundamentos de economía*. México: UNAM.
- Ávila, R. M. (2011). *Turismo cultural en México*. México: Trillas.
- Barrado, D. (2001). *Geografía mundial del turismo*. Madrid: editorial síntesis.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Bolaky, B. (2011). La competitividad del turismo en el Caribe. *Revista CEPAL*, 104, 55-79.
- Botero, L. D. (2014). Internacionalización y competitividad. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(32), 187-196. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151339264001.pdf>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Bucher, S. (2018). The global competitiveness index as an indicator of sustainable development. *Herald of the Russian Academy of Sciences*, 88(1), 44-57. <https://doi.org/10.1134/S1019331618010082>
- Bustingorry, F. (2015). Pueblos mágicos. El proyecto de patrimonialización de localidades mexicanas para promover el turismo. *XI Jornadas de Sociología Universidad de Buenos Aires*. Disponible en: <https://cdsa.academica.org/000-061/629.pdf?view>
- Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del turismo. Determinación y análisis del mercado*, 3ra. Ed. México: Editorial Trillas.
- Caro, M. J., Leyva, C. E., y Vela, R. (2011). Calidad de las tecnologías de la información y competitividad en los hoteles de la península de Yucatán. *Contaduría y Administración*, 235, 121-146. Disponible en: <https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186->

10422011000300007&script=sci_arttext

- Castellanos, C. A., Hernández, Y., Castellanos, J. R., y Campos, L. M. (2014). La competitividad del destino turístico Villa Clara, Cuba. Identificación de sus factores determinantes mediante análisis estructural (MIC-MAC). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(2), 250-277. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/img/revistas/eypt/v23n2/html/v23n2a03.htm>
- Cebrián, A., y García, R. (2014). Del turismo religioso a las peregrinaciones permanentes: diversificación turística en el sureste español. *Revista de Cultura y Turismo*, 8(2), 3-30. Disponible en: <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/346>
- Centro de estudios sociales y de opinión pública. (2017). *Programa de pueblos mágicos: valorización turística de la cultura, documento de trabajo núm. 249*. Disponible en: <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Centros-de-Estudio/CESOP/Novidades/Documento-de-trabajo.-Programa-de-Pueblos-Magicos-valorizacion-turistica-de-la-cultura>
- Chiavenato, I. (2012). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw Hill.
- Crouch, G., y Ritchie, J. R. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Cucculelli, M., y Goffi, G. (2016). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*, 111, 370-382. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.069>
- Dávid, L., y Tóth, G. (2011). Analyzing the competitiveness of tourism regions in Hungary: new findings. *Current Issues in Tourism*, 15(8), 803–809. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.644267>
- De Esteban, J., Sánchez, V. E., y Antonovica, A. (2015). *Turismo gastronómico y enológico*. España: Besing Servicios Gráficos S. L.
- Decasper, S. M. (2014). Competitividad y desarrollo sostenible en el sector turístico. Disponible en: <http://170.210.83.98:8080/jspui/handle/123456789/459>
- De La Rosa, A. (2012). Replicarán programa de pueblos mágicos en el extranjero. *El economista*. Disponible en:

- <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Replicaran-programa-de-Pueblos-Magicos-en-el-extranjero--20120916-0056.html>
- Díez, D. (2012). La competitividad turística en espacios interiores: una propuesta metodológica para la determinación de competidores potenciales. *Cuadernos de Turismo*, 30, 109-125. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160471>
- Dupeyras, A., y MacCallum, N. (2013). Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document. *OECD Tourism Papers*, 2013/02, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
- Dwyer, L., y Kim, C. (2003). Destination competitiveness and bilateral tourism flows between Australia and Korea. *Journal of Tourism Studies*, 14(2), 55–67.
- Dwyer, L., y Kim, C. (2003). Destination competitiveness: a models and determinants. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- El Universal (2019). Museo nacional de pueblos mágicos: te decimos dónde está y qué hay. Disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/destinos/museo-nacional-de-pueblos-magicos-te-decimos-donde-esta-y-que-hay#imagen-1>
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., y Meyer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 59, 39-52. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12025/059039052_es.pdf
- Esteve, R. (2001). Nuevo segmento emergente de turismo: los parques temáticos. *Cuadernos de Turismo*, 7, 35-54. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22571>
- Flores, D. (2007). *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos. Un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas*. Tesis Doctoral, Universidad de Huelva, Huelva. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/184>
- Foro Económico Mundial (2009). *The travel & tourism competitiveness index 2009: measuring sectorial drivers in a Downturn*, Davos.
- Foro Económico Mundial (2017). *Índice de competitividad de viajes y turismo 2017: allanando el camino para un futuro más sostenible e inclusivo*. Disponible en:

- <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2017/05/Informe-de-Competitividad-de-Viajes-y-Turismo-2017.pdf>
- Foro Económico Mundial (2017). *Reporte de competitividad en viajes y turismo 2017*. Disponible en: <https://imco.org.mx/competitividad/reporte-de-competitividad-en-viajes-y-turismo-2017-via-wef/>
- Fuster, B. (2003). *La competitividad de las manufacturas españolas en la Unión Europea*. España: Universidad de Alicante, Alicante.
- Gandara, J. M., Chim-Miki, A. F., Domareski, T. C., y Biz, A. A. (2013) La competitividad turística de Foz Do Iguacu según los determinantes del Integrative Model de Dwyer & Kim: Analizando la estrategia de construcción del futuro. *Cuadernos de Turismo*, 31, 105–128. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/170771>
- Garau, J. (2006). Propuesta de dos indicadores para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. *XV Simposio Internacional de Turismo y Ocio*, ESADE – Fira, Barcelona.
- García, A., y Siles, D. (2015a). Como mejorar la competitividad turística de un destino: análisis del mediterráneo español y recomendaciones a los gestores de los destinos. *Revista de Análisis Turístico*, 19, 1-11.
- García, A., y Siles, D. (2015b). Tourism destination competitiveness: the Spanish Mediterranean case. *Tourism Economics*, 21(6), 1235-1254. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0405>
- García, T., y Grande, I. (2005). El diseño de la oferta de turismo rural. Una aplicación a la Comunidad Foral de Navarra. *Esic Market*, 5, 647-666. Disponible en: <https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/34>
- Geary, F., y Stark, T. (2002). Examining Ireland's post-famine economic growth performance. *The Economic Journal*, 112(482), 919-935. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00064>
- Gil-Lafuente, A. M., Balvey, J., Alfaro-García, V. G., y Alfaro-Calderón, G. G. (2015). Forgotten effects analysis between the regional economic activity of Michoacán and Welfare of its inhabitants. In *Scientific methods for the treatment of uncertainty in Social Sciences* (pp. 93-105). Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-319->

19704-3_8

- Gobierno de México, (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018. Disponible en: <http://pnd.gob.mx>
- Gobierno de México, (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019#gsc.tab=0
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis (2da. Edición)*. Hillsdal: Lawrence Erlbaum Associate.
- Granados, H., Arcila, G., y Acevedo, N. (2016). Promoción de la competitividad y el desarrollo territorial en los municipios del valle de Aburrá. *Semestre Económico*, 19(40), 93-116. <https://doi.org/10.22395/seec.v19n40a4>
- Gregory, N. (2002). *Principios de economía*. España: Mc Graw Hill.
- Guillermo, S. B., y *et al.*, (2010). *Índice de competitividad para el municipio de Puebla*. México: Universidad Autónoma de Puebla.
- Guillermo, S. B., y García, I. G. (2015). Índice de competitividad municipal 2013: Metodología para su construcción basada en Análisis Factorial y su aplicación en municipios urbanos de México. *Revista de Métodos Cuantitativos para la economía y la empresa*, 20, 112-153.
- Gujarati, D. N., y Porter, D.C. (2010). *Econometría*. México: McGraw-Hill
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., y Black, W. (1999). *Análisis multivariante. 5ta. Edición*. Prentice Hall Iberia.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., y Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hanafiah, M. H., Hemdi, M. A., y Ahmad, I. (2016). Does tourism destination competitiveness lead to performance? A case of ASEAN region. *Tourism*, 64(3), 251-260. Disponible en: <https://hrcak.srce.hr/166877>
- Hanafiah, M. H., y Zulkifly, M. I. (2019). Tourism destination competitiveness and tourism performance: A secondary data approach. *Competitiveness Review*, 29(5), 592-621. <https://doi.org/10.1108/CR-07-2018-0045>
- Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245.

<https://doi.org/10.1177/004728750003800305>

- Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective. *Journal of hospitality and tourism management*, 10(2). Disponible en: <http://hdl.handle.net/2263/6058>
- Hernández-Mogollón, J. M., Di-Clemente, E., y López-Guzmán, T. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la Ciudad de Cáceres (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 68, 407-427.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Ibáñez, R. M., y Cabrera, C. (2011). *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional*. México: Serie didáctica
- Ibáñez, R. M. (2011). Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México. *Cuadernos de turismo*, 28, 121-143. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147261>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia. (2018). *PIB y cuentas nacionales*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/datos/>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2019). *Sistema de Cuentas Nacionales de México, Cuenta Satélite del Turismo en México*. Disponible en: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2020). *Sistema Automatizado de Información Censal del Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/saic/>
- Jiménez, P., y Aquino, F. K. (2012) Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(4), 977–995. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a10.pdf>
- Kaufmann, A., y Gil Aluja, J. (1988). *Modelos para la investigación de efectos olvidados*. España: Milladoiro.
- Kendall, M., y W. R., B. (1990). *Dictionary of Statistical Term*. Edinburgh, United Kingdom: Oliver and Boyd.
- Kim, N. (2012). *Tourism destination competitiveness, globalization and strategic development from a development economics perspective*. Tesis doctoral. Universidad

- de Illinois en Urbana – Champaign. Illinois, Estados Unidos.
- Lagunas, D. (2010). El poder del dinero y el poder del sexo. *Antropología del turismo sexual. Perfiles Latinoamericanos*, 18(36), 71-98. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-76532010000200003&script=sci_abstract&tlng=pt
- Landeros, H., Gomora, M., y Castañeda, T. (2015). Enfoques de análisis en pueblos mágicos ¿Eficacia o eficiencia? *20º Encuentro nacional sobre desarrollo regional en México*. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/3002/>
- Leung, X. Y., y Baloglu, S. (2013). Tourism competitiveness of Asia Pacific Destinations. *Tourism Analysis*, 18(4), 371-384. <https://doi.org/10.3727/108354213X13736372325876>
- Lemus, J. (2017). Pueblos mágicos, modelo de exportación. *Reporte Índigo*. <https://www.reporteindigo.com/reportes/turismo-promocion-modelo-pueblos-magicos-regiones-america-latina/>
- López, E. (2008). El concepto de competitividad y su medición a nivel regional. *Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 2(1).
- López, G., y Palomino, B. (2008). Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México. *Teoría y Praxis*, 5, 33-50. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145110004.pdf>
- López, P. D., Martínez, D. T. y Machado, G. (2017). Planteamiento de escenarios futuros para el turismo a largo plazo del pueblo mágico de Pátzcuaro, Michoacán. En Flores, M. B., y González, F. *Estrategias de Innovación para el Desarrollo Empresarial*. IAIDRES.
- Madrid, F. (2019). Derivaciones epistémicas de una política pública: el caso de los Pueblos Mágicos 2001-2015. *El Periplo Sustentable*, 36, 184-229. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362019000100184
- Mendola, D., y Volo, S. (2017). Building composite indicators in tourism studies: measurements and applications in tourism destination competitiveness. *Tourism Management*, 59, 541-553. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.011>
- Miguel, A. E., Solís, N., y Torres, J. C. (2014). El impacto territorial del turismo en el

- desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000 - 2010. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 357-368. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.025>
- Molina, R., Ochoa, M., y Leco, C. (2014). Políticas públicas y factores que determinan la competitividad turística de Morelia, México y de Alcalá de Henares, España. *Revista CIMEXUS*, 9(2), 49-67. Disponible en: <https://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/192>
- Montanari, M. G., Barreto, C. A. G., y Engracia, J. D. M. (2013). Un estudio sobre la relación entre la competitividad en el sector turístico y el desarrollo de los países. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 7(2). <https://doi.org/10.3232/GCG.2013.V7.N2.04>
- Montaño, O., Corona, J. R., Garnica, J., Niccolas, H., Martínez, P., y Ortega, A. O. (2012). Modelo sistémico para la conformación de un clúster turístico regional de naturaleza sustentable. *Economía, sociedad y territorio*, 12(39), 493-525. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212012000200009
- Montoya, L. A., Montoya, I. A., y Castellanos, O. F. (2008). De la noción de competitividad a las ventajas de la integración empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 59-70. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052008000100005
- Muñoz, E. (2019). Participación ciudadana y patrimonio cultural en la planificación turística de los pueblos mágicos (México): Alcances y limitaciones. *Turismo y sociedad*, 25, 29-50. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=3403632>
- Navarro, J. C. L., Venegas-Martínez, F., y Zamora, A. I. (2014). Migración y desarrollo económico en México: un análisis factorial de correspondencias. *Migración y Desarrollo*, 12(22), 123-145. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-75992014000100005&script=sci_abstract&tlng=pt
- Navarro, J. C. L., y Zamora, A. I. (2013). *Competitividad Municipal del Turismo en Michoacán*. México: Editorial Morevalladolid S. de R. L. de C. V.

- Nonthapot, S., y Srichaiyo, P. (2017). The relationships between financial policy, fiscal policy, visitors exports and the tourism economy of Thailand. *Journal of Enviromental Management and Tourism* 8(6), 1222-1231. [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.6\(22\).09](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.6(22).09)
- Noyola, A. (2016). *Modelo de gestión turística para Tulancingo de Bravo, Estado de Hidalgo*. Tesis para obtener el grado de Maestría en Economía y Gestión Municipal. Instituto Politécnico Nacional. Disponible en: <http://tesis.ipn.mx/>
- OECD & JRC (2008). *Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide*. Disponible en: <https://www.oecd.org/sdd/42495745.pdf>
- Ólafsdóttir, R. (2019). Geoturism. *Geosciences*, 9(1), 48. <https://doi.org/10.3390/geosciences9010048>
- Olmos, L., y García, R. (2016). *Estructura del mercado turístico*. España: ediciones paraninfo.
- Organización mundial del turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Entender el turismo: glosario básico*. Disponible en: <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Viaje%20tur%C3%ADstico>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Nota conceptual. Seminario sobre Turismo y Cultura*. Disponible en: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/nota_conceptual_seminario_internacional_turismo_y_cultura_sp.pdf
- Organización para la cooperación y el desarrollo económico - OECD (1999). *Sistema de información estadística*. Paris.
- Parkin, M. (2004). *Economía*. México: Pearson, Addison Wesley.
- Pascarella, R., y Fontes, J. R. (2010). Competitividad de los destinos turísticos, modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(1), 1-17. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000100001

- Peñalver, M. T. (2004). El turismo activo como alternativa y complemento al modelo turístico en la región de Murcia. *Cuadernos de Turismo*, 14, 179-215. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18561>
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de análisis multivariante de datos. Aplicaciones con SPSS*. España: Pearson Prentice Hall
- Piedrola, I., y Artacho, C. (2011). El turismo idiomático: una oportunidad de desarrollo local para Córdoba. *Revista de Análisis Turístico*, 51-61. Disponible en: <https://aecit.org/uploads/public/congresos/16/Comunicaciones/Sesion%204/5.%20Turismo%20idiomatico.%20Una%20oportunidad%20de%20desarrollo%20cultural%20para%20Cordoba.pdf>
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Reino Unido: CAB International
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. México: Vergara.
- Pueblos mágicos. (2018). Disponible en: <http://www.pueblosmexico.com.mx/>
- Pulido, J. I., y Sánchez, M. (2010). Competitividad versus crecimiento en destinos turísticos. Un análisis mediante técnicas multivariantes. *Cuadernos de Economía*, 33(91), 159-182. [https://doi.org/10.1016/S0210-0266\(10\)70061-3](https://doi.org/10.1016/S0210-0266(10)70061-3)
- Real Academia de la Lengua Española (RAE) (2019). *Concepto de Turismo*. Disponible en: <https://dle.rae.es/?id=axaWB7V>
- Ritchie, J. R. B., y Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. CABI Publishing
- Rodrigues, L., y Carrasqueira, H. (2011). Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios. El caso de Algarbe versus el Sur de España. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(4), 855-875. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n4/v20n4a06.pdf>
- Rodríguez, I. M., Pulido, J. I., Vargas, A., y Shaadi, R. M. A. (2017). Dinámica relacional en los pueblos mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes. *Turismo y Sociedad*, 22, 85-104. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=3179533>
- Saavedra, M. L. (2012) Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y gestión*, 33, 93-124. Disponible en:

- http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200005&script=sci_abstract&tlng=en
- Saldaña, C. X., y Guamán, G. A. (2019). Análisis financiero basado en la técnica Fuzzy Logic, como instrumento para la toma de decisiones en la empresa Italimentos Cia. Ltda. *Revista de Economía y Política*, 15(30), 1–19. <https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.04>
- Sánchez, M. (2006). Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. *Revista de Análisis Turístico*, 1, 4-22.
- Sánchez, M. (2012). Análisis cuantitativo del impacto económico de la competitividad en destinos turísticos internacionales. *Revista de Economía Mundial*, 32, 103-125. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86625395005>
- Santos, J., Muñoz, A., Juez, P., y Cortiñas, P. (2003). *Diseño de encuestas para estudios de mercado*. España: Centro de Estudios Ramón Areces
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2014). *Boletín cuatrimestral de turismo*, 41. Disponible en: https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/Bol_41_mayago14.pdf
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2016). *Estadística turística derivada de los censos económicos 2014. Pueblos Mágicos*. https://www.datatur.sectur.gob.mx/Comite%20de%20Estadisticas%20del%20Sector%20Turismo/CENSOS_ECONOMICOS_2014_PM.pdf
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2018). Módulo de información de Pueblos Mágicos. Disponible en: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/pminicio.aspx>
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2019). *Análisis integral del turismo*. Disponible en: www.datatur.sectur.gob.mx
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2019). *Tianguis de Pueblos Mágicos*. Disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/tianguis-de-pueblos-magicos>
- Shaadi, R. M. A., Pulido, J. I., y Rodríguez, I. M. (2017). El producto turístico en los pueblos mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. *Revista de estudios regionales*, 108, 125–163. Disponible en:

- <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75551422005>
- Shaadi, R. M. A., y Pulido, J. I. (2018) La consolidación turística en los territorios que conforman el programa pueblos mágicos (México). Un análisis de sus estrategias competitivas. *Revista Investigaciones Turísticas*, 15, 1-33. <https://doi.org/10.14198/INTURI2018.15.01>
- Sobrinho, J. (2005). Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis. *Economía, Sociedad y Territorio*, 123-183. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11109906>
- Tsangari, H. (2012). Determinants of tourism for “Sun and Sea” Cyprus. *European Research Studies*, 15(3), 161–184. Disponible en: <https://www.um.edu.mt/library/oar//handle/123456789/31234>
- Uysal, M., y Crompton, J. L. (1985). Deriving a Relative Price Index for Inclusion in International Tourism Demand Estimation Models. *Journal of Travel Research*, 24 (1), 32-34. <https://doi.org/10.1177/004728758502400106>
- Vargas, G. (2006). *Introducción a la Teoría Económica, un enfoque latinoamericano*. México: Pearson, Prentice Hall.
- Vera, J. F., y Baños, C. J. (2010). Renovación y re-estructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53, 329-353.
- Wei-Chiang, H. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12 (2), 105-132. <https://doi.org/10.1080/13683500802596359>
- Winiarczyk-Razniak, A., y Razniak, P. (2019). Pueblos Mágicos in the tourist space of the country. *Studies of the industrial geography commission of the polish geographical society*, 33(3). <https://doi.org/10.24917/20801653.333.8>
- World Economic Forum. (2017). *The travel & tourism competitiveness report 2017*. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf
- Zamora, A. I., y Cruz, G. (2020). Competitividad del sistema turístico de las ciudades mexicanas patrimonio mundial. *Revista de El Colegio de San Luis*, 10(21), 5–30. <https://doi.org/10.21696/rcsl102120201219>

ANEXOS

Tabla 35.

Matriz de congruencia metodológica entre preguntas, objetivos e hipótesis de investigación

Preguntas		Objetivos		Hipótesis	
General	Específicas	General	Específicos	General	Específicas
¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y el PIB turístico que generan?	<p>1.- ¿Cuál es el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México?</p> <p>2.- ¿Son los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo factores determinantes del nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México?</p>	<p>Determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos de México y su relación con el PIB turístico que generan, para plantear las directrices básicas que guíen sus estrategias dentro del mercado turístico.</p>	<p>1.- Medir el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México.</p> <p>2.- Analizar si los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo son factores que determinan el nivel de competitividad turística de los pueblos mágicos de México.</p>	<p>El PIB turístico de un pueblo mágico se ve influenciado positivamente por la competitividad turística del mismo.</p>	<p>1.- Los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los de mayor número de años en el programa.</p> <p>2.- Los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de apoyo contribuyen a determinar la competitividad turística de los pueblos mágicos.</p>

Preguntas		Objetivos		Hipótesis	
General	Específicas	General	Específicos	General	Específicas
	3.- ¿Cuál es el PIB turístico de los pueblos mágicos de México?		3.- Calcular el PIB turístico de los pueblos mágicos de México.		3.- Los pueblos mágicos con mayor competitividad turística son los que generan más PIB turístico.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 36.*Pueblos mágicos por estado y por año en que reciben su nombramiento*

Estado	Nombres	Año en que recibe el nombramiento
Aguascalientes	Real de asientos	2006
	Calvillo	2012
	San José de Gracia	2015
Baja California	Tecate	2012
Baja California Sur	Todos Santos	2006
	Loreto	2012
Campeche	Palizada	2010
	Isla Aguada	2020
Chiapas	San Cristóbal de las Casas	2003
	Comitán de Domínguez	2012
	Chiapa de Corzo	2012
	Palenque	2015
Chihuahua	Creel	2007
	Batopilas	2012
	Casas Grandes	2015
Coahuila	Parras de la Fuente	2004
	Cuatro Ciénegas	2012
	Arteaga	2012
	Viesca	2012
	Candela	2015
	Guerrero	2015
	Melchor Múzquiz	2018
Colima	Comala	2002
Durango	Mapimí	2012
	Nombre de Dios	2018
Guanajuato	Dolores Hidalgo	2002
	Mineral del Pozo	2012
	Jalpa	2012
	Salvatierra	2012
	Yuriria	2012
	Comonfort	2018
Guerrero	Taxco	2002
Hidalgo	Huasca de Ocampo	2001
	Real del Monte	2004

Estado	Nombres	Año en que recibe el nombramiento
	Mineral del Chico	2011
	Huichapan	2012
	Tecozautla	2015
	Zempoala	2020
	Zimapán	2018
Jalisco	Ajijic	2020
	Tapalpa	2002
	Tequila	2003
	Mazamitla	2005
	San Sebastián del Oeste	2011
	Lagos de Moreno	2012
	Mascota	2015
	Talpa de Allende	2015
	Tlaquepaque	2018
Estado de México	Tepotzotlán	2002
	Valle de Bravo	2005
	Malinalco	2010
	El Oro	2011
	Metepec	2012
	Aculco	2015
	Teotihuacán y San Martín de las Pirámides	2015
	Ixtapan de la Sal	2015
	Tonatico	2020
	Villa del Carbón	2015
Michoacán	Pátzcuaro	2002
	Tlalpujahuá	2005
	Cuitzeo	2006
	Santa Clara del Cobre	2010
	Angangueo	2012
	Tacámbaro	2012
	Jiquilpan	2012
	Paracho	2020
	Tzintzuntzan	2012
Morelos	Tepoztlán	2010
	Tlayacapan	2011
Nayarit	Jala	2012

Estado	Nombres	Año en que recibe el nombramiento
	Sayulita	2015
	Mexcaltitán	2020
	Compostela	2018
Nuevo León	Santiago	2006
	Linares	2015
	Bustamante	2018
Oaxaca	Capulálpam de Méndez	2007
	Huautla de Jiménez	2015
	Mazunte	2015
	San Pablo Villa de Mitla	2015
	Santa Catarina Juquila	2020
	San Pedro y San Pablo	2015
Puebla	Cuetzalan	2002
	Zacatlán de las manzanas	2011
	Pahuatlán	2012
	Chignahuapan	2012
	Cholula	2012
	Tlatlauquitepec	2012
	Xicotepec	2012
	Atlixco	2015
	Tetela de Ocampo	2020
	Huauhinango	2015
Querétaro	Bernal	2005
	Jalpan de Serra	2010
	Cadereyta	2011
	Tequisquiapan	2012
	San Joaquín	2015
	Amealco de Bonfil	2018
Quintana Roo	Bacalar	2006
	Isla Mujeres	2015
	Tulum	2015
San Luis Potosí	Real de Catorce	2001
	Xilitla	2011
	Santa María del Río	2020
	Aquismón	2018
Sinaloa	Cosalá	2005
	El Fuerte	2009

Estado	Nombres	Año en que recibe el nombramiento
	El Rosarito	2012
	Mocorito	2015
Sonora	Álamos	2005
	Magdalena de Kino	2012
Tabasco	Tapijulapa	2010
Tamaulipas	Mier	2007
	Tula	2011
Tlaxcala	Huamantla	2007
	Tlaxco	2015
Veracruz	Xico	2001
	Coatepec	2006
	Papantla	2012
	Coscomatepec	2015
	Orizaba	2015
	Zozocolco	2015
Yucatán	Izamal	2002
	Maní	2020
	Sisal	2020
	Valladolid	2015
Zacatecas	Jerez de García Salinas	2007
	Teul González Ortega	2011
	Sombrerete	2012
	Pinos	2012
	Nochistlán	2012
	Guadalupe	2018

Fuente: elaboración propia con base en información disponible en la Secretaría de Turismo (2021).

Tabla 37.*Índice de Competitividad Turística de los Pueblos Mágicos de México, tabla completa*

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Índice de competitividad	Posición
Todos Santos	2006	14	68.358	100.000	12.956	62.892	1
Tlaquepaque	2018	2	95.791	0.000	30.541	49.436	2
Sayulita	2015	5	48.379	68.955	23.602	47.862	3
Metepec	2012	8	100.000	0.016	0.000	43.005	4
Isla Aguada	2020	0	57.850	28.744	10.848	36.428	5
San Cristóbal de las Casas	2003	17	1.887	13.912	100.000	31.985	6
Cholula	2012	8	58.191	11.263	2.557	29.091	7
Orizaba	2015	5	51.417	6.198	18.714	29.022	8
Guadalupe	2018	2	45.926	5.761	19.700	26.796	9
Tulum	2015	5	3.683	63.167	20.562	26.086	10
Valle de Bravo	2005	15	43.339	17.946	5.575	25.525	11
Atlixco	2015	5	39.270	7.073	17.348	23.692	12
Comitán de Domínguez	2012	8	26.055	7.038	37.824	23.528	13
Compostela	2018	2	20.196	25.809	23.978	22.901	14
Lagos de Moreno	2012	8	34.747	10.910	15.726	22.461	15
Isla Mujeres	2015	5	5.842	56.837	5.685	21.098	16
Mexcaltitán	2020	0	25.012	21.097	11.267	20.126	17
Tecate	2012	8	28.930	11.294	13.918	19.586	18
Valladolid	2015	5	27.322	11.328	16.178	19.515	19
Ajijic	2020	0	31.023	14.070	6.344	19.274	20

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Índice de competitividad	Posición
Jerez de García Salinas	2007	13	25.355	11.173	17.422	18.958	21
Palenque	2015	5	10.787	16.147	34.470	18.789	22
Pátzcuaro	2002	18	20.742	13.251	21.414	18.676	23
Mineral del Pozo	2012	8	22.667	12.927	18.438	18.603	24
Salvatierra	2012	8	25.570	12.834	13.385	18.459	25
Dolores Hidalgo	2002	18	22.110	10.714	20.002	18.122	26
Tepetzotlán	2002	18	25.758	11.582	12.478	17.919	27
Santiago	2006	14	26.471	15.809	6.568	17.899	28
Loreto	2012	8	3.275	39.262	16.124	17.540	29
Taxco	2002	18	19.492	14.579	16.495	17.209	30
Tequisquiapan	2012	8	17.136	18.183	16.242	17.209	31
Huauchinango	2015	5	22.008	14.592	12.108	17.111	32
Coatepec	2006	14	16.587	19.413	14.921	16.985	33
Linares	2015	5	24.409	14.444	7.960	16.978	34
Mazunte	2015	5	0.000	50.189	7.113	16.977	35
Tacámbaro	2012	8	23.388	12.413	11.273	16.824	36
Zacatlán de las manzanas	2011	9	19.952	12.055	16.721	16.710	37
Tequila	2003	17	14.968	20.328	15.372	16.685	38
Huamantla	2007	13	19.610	12.831	15.203	16.386	39
Papantla	2012	8	16.277	18.260	13.984	16.253	40
Sombrerete	2012	8	19.991	14.269	12.306	16.199	41
Calvillo	2012	8	22.001	13.050	10.263	16.147	42
Melchor Múzquiz	2018	2	21.827	13.073	10.051	16.021	43

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Índice de competitividad	Posición
Jiquilpan	2012	8	20.585	14.006	9.855	15.714	44
El Rosarito	2012	8	12.437	26.731	8.483	15.658	45
Xicotepec	2012	8	16.366	13.741	16.210	15.536	46
Yuriria	2012	8	20.461	13.047	10.223	15.472	47
Teotihuacán	2015	5	13.136	21.124	12.552	15.375	48
Bacalar	2006	14	8.333	25.848	13.694	15.035	49
Chiapa de Corzo	2012	8	9.714	20.466	17.070	14.926	50
Chignahuapan	2012	8	14.800	17.173	12.412	14.867	51
Cuetzalan del Progreso	2002	18	8.997	21.231	16.251	14.626	52
Nochistlán	2012	8	19.148	15.096	6.639	14.555	53
Bernal	2005	15	11.692	13.690	20.037	14.545	54
El Fuerte	2009	11	16.802	14.239	11.207	14.522	55
Jalpa	2012	8	14.499	14.949	14.073	14.519	56
Santa Clara del Cobre	2010	10	17.282	14.869	9.063	14.339	57
Parras de la Fuente	2004	16	14.675	15.615	12.096	14.261	58
Huichapan	2012	8	16.948	14.449	9.052	14.066	59
Tlatlauquitepec	2012	8	16.714	15.106	8.540	14.025	60
Sisal	2020	0	13.762	21.442	6.194	14.023	61
Jalpan de Serra	2010	10	7.790	18.563	18.526	13.921	62
Creel	2007	13	9.760	18.802	14.824	13.840	63
Paracho	2020	0	16.471	14.823	8.335	13.780	64
Magdalena de Kino	2012	8	13.955	13.949	13.294	13.775	65
Comonfort	2018	2	15.854	13.670	10.488	13.750	66

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Índice de competitividad	Posición
Mapimí	2012	8	13.710	15.330	11.538	13.610	67
Ixtapan de la Sal	2015	5	14.555	15.506	9.538	13.486	68
Cadereyta	2011	9	14.292	13.869	11.750	13.479	69
Mazamitla	2005	15	10.896	18.459	11.865	13.427	70
Cuitzeo	2006	14	14.400	13.827	11.429	13.426	71
Amealco de Bonfil	2018	2	14.701	14.073	10.453	13.366	72
Tepoztlán	2010	10	5.279	16.430	22.756	13.343	73
Arteaga	2012	8	13.701	14.688	11.189	13.319	74
Mocorito	2015	5	14.893	15.227	8.581	13.289	75
Xilitla	2011	9	5.376	21.864	16.115	13.222	76
Santa María del Río	2020	0	14.357	15.783	8.566	13.221	77
Malinalco	2010	10	11.945	15.580	12.487	13.182	78
Zimapán	2018	2	15.349	15.139	7.447	13.153	79
Zempoala	2020	0	12.775	14.871	11.648	13.099	80
Real de Asientos	2006	14	14.999	15.725	7.095	13.083	81
Mascota	2015	5	12.892	14.668	11.576	13.070	82
Nombre de Dios	2018	2	13.522	15.647	9.295	13.018	83
Comala	2002	18	7.559	21.034	12.564	12.953	84
Tlaxco	2015	5	11.732	16.707	10.674	12.939	85
Tapijulapa	2010	10	12.585	14.720	11.343	12.890	86
Coscomatepec	2015	5	13.372	14.475	9.913	12.769	87
Pinos	2012	8	12.250	15.082	11.010	12.765	88
Xico	2001	19	10.170	14.893	14.347	12.715	89

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Índice de competitividad	Posición
Izamal	2002	18	12.405	15.241	10.304	12.689	90
Villa del Carbón	2015	5	13.455	15.503	7.738	12.526	91
Real del Monte	2004	16	7.791	14.923	17.353	12.512	92
Santa Catarina Juquila	2020	0	9.366	16.862	12.656	12.503	93
Tula	2011	9	13.577	15.493	7.463	12.501	94
Tlayacapan	2011	9	10.377	15.199	12.875	12.498	95
San Martín de las Pirámides	2015	5	11.084	16.772	9.712	12.420	96
Tapalpa	2002	18	12.551	16.280	7.918	12.419	97
Aculco	2015	5	13.688	15.561	6.852	12.404	98
Huautla de Jiménez	2015	5	12.620	15.804	8.148	12.368	99
Talpa de Allende	2015	5	9.882	16.500	11.677	12.352	100
San Pablo Villa de Mitla	2015	5	9.360	16.344	12.340	12.260	101
Huasca de Ocampo	2001	19	10.998	17.494	8.360	12.234	102
Tetela de Ocampo	2020	0	10.485	14.254	12.623	12.193	103
Palizada	2010	10	12.545	15.955	7.376	12.172	104
San José de Gracia	2015	5	12.666	15.899	7.181	12.155	105
Tonatico	2020	0	11.867	16.286	7.954	12.136	106
Cosalá	2005	15	11.658	15.500	9.148	12.133	107
El Oro	2011	9	12.113	15.216	8.696	12.121	108
Tecoautla	2015	5	10.754	15.840	10.028	12.084	109
Angangueo	2012	8	12.178	16.232	7.262	12.067	110
Alamos	2005	15	11.083	15.841	9.415	12.060	111
San Sebastián del Oeste	2011	9	10.783	16.281	9.235	12.014	112

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Años como Pueblo Mágico	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Índice de competitividad	Posición
Jala	2012	8	11.366	15.234	9.411	11.999	113
San Pedro y San Pablo Teposcolula	2015	5	11.995	15.839	7.654	11.976	114
Viesca	2012	8	11.567	15.616	8.493	11.952	115
Teul González Ortega	2011	9	11.173	15.432	9.322	11.951	116
Tlalpujahua	2005	15	9.549	15.339	11.949	11.934	117
Maní	2020	0	12.416	15.967	6.559	11.900	118
Mier	2007	13	11.009	15.665	9.056	11.878	119
Cuatro Ciénegas	2012	8	8.851	15.033	13.159	11.869	120
Aquismón	2018	2	11.826	16.085	6.978	11.795	121
San Joaquín	2015	5	10.590	15.497	9.537	11.778	122
Mineral del Chico	2011	9	11.190	16.574	7.380	11.777	123
Pahuatlán	2012	8	11.504	15.890	7.576	11.759	124
Capulálpam de Méndez	2007	13	11.477	16.364	7.015	11.738	125
Real de Catorce	2001	19	8.886	16.638	10.634	11.684	126
Tzintzuntzan	2012	8	9.566	15.322	10.968	11.671	127
Casas Grandes	2015	5	10.675	15.734	8.730	11.668	128
Zozocolco	2015	5	11.503	16.140	6.832	11.633	129
Guerrero	2015	5	11.605	16.156	6.621	11.625	130
Batopilas	2012	8	11.257	16.323	6.979	11.621	131
Candela	2015	5	11.283	16.212	6.778	11.545	132
Bustamante	2018	2	9.100	15.482	10.995	11.526	133

Fuente: elaboración propia.

Tabla 38.*Actividades características del turismo en México*

Actividad económica	Clase
Comercio al por menor en supermercados	462111
Comercio al por menor en minisúpers	462112
Comercio al por menor en tiendas departamentales	462210
Comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería	463211
Comercio al por menor de bisutería y accesorios de vestir	463215
Comercio al por menor de ropa de cuero y piel y de otros artículos de estos materiales	463215
Comercio al por menor de sombreros	463218
Comercio al por menor de calzado	463310
Farmacias sin minisúper	464111
Farmacias con minisúper	464112
Comercio al por menor de lentes	464121
Comercio al por menor de artículos de perfumería y cosméticos	465111
Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes	465112
Comercio al por menor de discos y casetes	465211
Comercio al por menor de juguetes	465212
Comercio al por menor de bicicletas y triciclos	465213
Comercio al por menor de equipo y material fotográfico	465214
Comercio al por menor de artículos y aparatos deportivos	465215
Comercio al por menor de libros	465312
Comercio al por menor de revistas y periódicos	465313
Comercio al por menor de regalos	465912
Comercio al por menor de artículos religiosos	465913
Comercio al por menor de tiendas de artesanías	465915
Comercio al por menor de otros artículos de uso personal	465919
Comercio al por menor de antigüedades y obras de arte	466313
Comercio al por menor de gasolina y diésel	468411
Transporte aéreo regular en líneas aéreas nacionales	481111
Transporte aéreo regular en líneas aéreas extranjeras	481112
Transporte aéreo no regular	481210
Transporte por ferrocarril	482110
Transporte por aguas interiores	483210
Transporte colectivo urbano y suburbano de pasajeros en autobuses de ruta fija	485111

Actividad económica	Clase
Transporte colectivo foráneo de pasajeros de ruta fija	485210
Alquiler de automóviles con chofer	485320
Alquiler de autobuses con chofer	485510
Transporte turístico por tierra	487110
Transporte turístico por agua	487210
Otro transporte turístico	487990
Servicios a la navegación aérea	488111
Administración de aeropuertos y helipuertos	488112
Otros servicios relacionados con el transporte aéreo	488190
Administración de puertos y muelles	488310
Servicios para la navegación por agua	488330
Servicios de administración de centrales camioneras	488491
Servicios de administración de carreteras, puentes y servicios auxiliares	488492
Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	512130
Casas de cambio	523121
Centros cambiarios	523122
Alquiler sin intermediación de viviendas amuebladas	531111
Alquiler sin intermediación de viviendas no amuebladas	531112
Alquiler sin intermediación de salones para fiestas y convenciones	531113
Alquiler sin intermediación de oficinas y locales comerciales	531114
Alquiler sin intermediación de teatros, estadios, auditorios y similares	531115
Alquiler sin intermediación de otros bienes raíces	531119
Inmobiliarias y corredores de bienes raíces	531210
Servicios de administración de bienes raíces	531311
Otros servicios relacionados con los servicios inmobiliarios	531319
Alquiler de automóviles sin chofer	532110
Alquiler de autobuses, minibuses y remolques sin chofer	532122
Alquiler de otros artículos para el hogar y personales	532289
Alquiler de equipo de transporte, excepto terrestre	532412
Servicios de fotografía y videograbación	541920
Agencias de viajes	561510
Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes (Operadores de tours)	561520
Otros servicios de reservaciones	561590
Organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales	561920
Escuelas de educación media técnica terminal del sector privado	611151
Escuelas de educación técnica superior del sector privado	611211

Actividad económica	Clase
Escuelas de educación superior del sector privado	611311
Escuelas del sector privado dedicadas a la enseñanza de oficios	611511
Otros servicios educativos proporcionados por el sector privado	611698
Servicios de apoyo a la educación	611710
Compañías de teatro del sector privado	711111
Compañías de danza del sector privado	711121
Cantantes y grupos musicales del sector privado	711131
Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado.	711191
Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos.	713111
Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos.	711320
Artistas, escritores y técnicos independientes.	711510
Museos del sector privado.	712111
Sitios históricos	712120
Jardines botánicos y zoológicos del sector privado	712131
Grutas, parques naturales y otros sitios del patrimonio cultural de la nación.	712190
Parques de diversiones y temáticos del sector privado	713111
Parques acuáticos y balnearios del sector privado	713113
Casas de juegos electrónicos	713120
Otros juegos de azar	713299
Campos de golf	713910
Marinas turísticas	713930
Clubes deportivos del sector privado	713941
Centros de acondicionamiento físico del sector privado	713943
Boliches	713950
Billares	713991
Otros servicios recreativos prestados por el sector privado	713998
Hoteles con otros servicios integrados	721111
Hoteles sin otros servicios integrados	721112
Moteles	721113
Cabañas, villas y similares	721190
Campamentos y albergues recreativos	721210
Pensiones y casas de huéspedes	721311
Departamentos y casas amuebladas con servicios de hotelería	721312
Centros nocturnos, discotecas y similares	722411

Actividad económica	Clase
Bares, cantinas y similares	722412
Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	722511
Restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos.	722512
Restaurantes con servicio de preparación de antojitos	722513
Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas	722514
Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	722515
Restaurantes de autoservicio	722516
Restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar.	722517
Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar	722518
Servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato	722519
Otras reparaciones mecánicas de automóviles y camiones	811119
Estacionamientos y pensiones para vehículos automotores	812410
Servicios de revelado e impresión de fotografías.	812910
Asociaciones, organizaciones y cámaras de productores, comerciantes y prestadores de servicios.	813110
Asociaciones y organizaciones laborales y sindicales	813120
Asociaciones y organizaciones de profesionistas	813130

Fuente: elaboración propia a partir del Censo Económico de 2019, INEGI.

Tabla 39.*Unidades económicas, personal ocupado total y producción bruta total de los Pueblo Mágicos de México*

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Real de Asientos	2006	251	845	29.70%	560	3671	15.25%	60.473	7654.493	0.79%
Calvillo	2012	621	2038	30.47%	1414	8618	16.41%	193.121	2617.741	7.38%
San José de Gracia	2015	142	354	40.11%	156	1125	13.87%	17.955	126.553	14.19%
Tecate	2012	886	3221	27.51%	4587	31421	14.60%	1322.893	20389.87	6.49%
Todos Santos	2006	3932	12010	32.74%	22519	68682	32.79%	8606.212	32315.701	26.63%
Loreto	2012	362	869	41.66%	1525	5008	30.45%	573.039	1653.703	34.65%
Isla Aguada	2020	2770	10094	27.44%	14833	88677	16.73%	5684.668	559451.083	1.02%
Palizada	2010	95	352	26.99%	147	1072	13.71%	53.031	163.713	32.39%
Arteaga	2012	117	424	27.59%	544	17671	3.08%	316.635	23585.619	1.34%
Candela	2015	11	59	18.64%	6	163	3.68%	0.16	27.676	0.58%
Cuatro Ciénegas	2012	145	420	34.52%	307	1674	18.34%	48.627	1210.362	4.02%
Guerrero	2015	6	25	24.00%	0	52	0.00%	0	29.446	0.00%
Melchor Múzquiz	2018	548	2099	26.11%	944	12702	7.43%	132.44	4998.04	2.65%
Parras de la Fuente	2004	398	1462	27.22%	1129	8200	13.77%	264.165	4144.946	6.37%
Viesca	2012	38	145	26.21%	42	464	9.05%	3.36	106.096	3.17%

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Comala	2002	291	854	34.07%	699	2793	25.03%	108.513	398.315	27.24%
Comitán de Domínguez	2012	3099	10856	28.55%	8372	28215	29.67%	2013.964	6183.901	32.57%
Chiapa de Corzo	2012	788	2864	27.51%	1834	8535	21.49%	243.169	3535.848	6.88%
Palenque	2015	1244	3895	31.94%	3408	13427	25.38%	673.364	3976.663	16.93%
San Cristóbal de las Casas	2003	4472	15207	29.41%	16118	43587	36.98%	3648.579	11427.909	31.93%
Batopilas	2012	17	48	35.42%	9	91	9.89%	0.986	8.386	11.76%
Creel	2007	228	783	29.12%	387	3000	12.90%	110.599	793.503	13.94%
Casas Grandes	2015	41	200	20.50%	78	560	13.93%	14.309	101.661	14.08%
Mapimí	2012	301	873	34.48%	663	2452	27.04%	128.079	1036.405	12.36%
Nombre de Dios	2018	138	394	35.03%	210	3609	5.82%	36.562	1829.385	2.00%
Comonfort	2018	862	2654	32.48%	1574	7431	21.18%	175.924	1674.857	10.50%
Dolores Hidalgo	2002	1608	5205	30.89%	4025	18821	21.39%	827.968	3789.219	21.85%
Jalpa	2012	783	3129	25.02%	1217	18395	6.62%	148.984	9403.618	1.58%
Salvatierra	2012	1354	4699	28.81%	3060	12044	25.41%	557.258	3736.89	14.91%
Mineral del Pozo	2012	1318	4238	31.10%	3607	12966	27.82%	853.342	7474.75	11.42%
Yuriria	2012	714	2609	27.37%	1389	6596	21.06%	219.311	1355.383	16.18%
Taxco	2002	3193	8889	35.92%	6336	19060	33.24%	688.724	2244.625	30.68%

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Huasca de Ocampo	2001	116	221	52.49%	328	761	43.10%	72.224	122.704	58.86%
Huichapan	2012	429	1529	28.06%	753	5649	13.33%	94.339	3355.003	2.81%
Mineral del Chico	2011	55	112	49.11%	103	293	35.15%	6.442	24.222	26.60%
Real del Monte	2004	369	895	41.23%	702	1919	36.58%	98.479	241.318	40.81%
Tecoautla	2015	190	696	27.30%	322	1870	17.22%	38.669	286.529	13.50%
Zempoala	2020	268	996	26.91%	261	3118	8.37%	22.319	1209.534	1.85%
Zimapan	2018	397	1369	29.00%	651	4741	13.73%	87.52	1531.729	5.71%
Ajijic	2020	931	2518	36.97%	2806	9392	29.88%	535.957	4506.942	11.89%
Lagos de Moreno	2012	1756	6312	27.82%	4961	37152	13.35%	1782.989	44303.232	4.02%
Mascota	2015	220	761	28.91%	487	2107	23.11%	83.394	447.658	18.63%
Mazamitla	2005	448	911	49.18%	1101	2666	41.30%	182.122	553.221	32.92%
San Sebastián del Oeste	2011	47	90	52.22%	50	395	12.66%	12.325	348.62	3.54%
Talpa de Allende	2015	350	939	37.27%	690	2244	30.75%	108.208	381.429	28.37%
Tapalpa	2002	230	702	32.76%	490	1845	26.56%	84.079	280.9	29.93%
Tequila	2003	765	2249	34.02%	2135	9019	23.67%	385.93	10663.337	3.62%
Tlaquepaque	2018	5492	21859	25.12%	23612	142313	16.59%	8587.863	124431.692	6.90%
Aculco	2015	191	587	32.54%	402	2285	17.59%	73.989	755.748	9.79%

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Ixtapan de la Sal	2015	664	1821	36.46%	1807	5844	30.92%	326.113	1288.498	25.31%
Malinalco	2010	766	1721	44.51%	1512	3999	37.81%	120.833	399.821	30.22%
Metepec	2012	3159	11549	27.35%	19125	70776	27.02%	8149.451	61156.108	13.33%
El Oro	2011	215	813	26.45%	359	1636	21.94%	38.953	276.399	14.09%
San Martín de las Pirámides	2015	270	1065	25.35%	485	2771	17.50%	61.558	1006.002	6.12%
Teotihuacán	2015	762	3061	24.89%	1904	9287	20.50%	325.28	4473.954	7.27%
Tepetzotlán	2002	1171			3263			1014.947	44776.715	2.27%
Tonatico	2020	276	716	38.55%	404	1368	29.53%	43.674	165.605	26.37%
Valle de Bravo	2005	1077	2805	38.40%	3338	9631	34.66%	1090.074	3195.134	34.12%
Villa del Carbón	2015	316	1192	26.51%	626	3125	20.03%	63.882	407.122	15.69%
Angangueo	2012	89	309	28.80%	112	727	15.41%	9.662	70.28	13.75%
Cuitzeo	2006	507	1672	30.32%	847	4748	17.84%	65.557	923.37	7.10%
Jiquilpan	2012	625	2114	29.56%	1189	5792	20.53%	138.389	2129.61	6.50%
Paracho	2020	676	3276	20.63%	1104	6325	17.45%	119.91	906.065	13.23%
Pátzcuaro	2002	1784	5881	30.33%	4937	15963	30.93%	889.493	3170.214	28.06%
Santa Clara del Cobre	2010	605	2421	24.99%	1117	5812	19.22%	106.761	712.444	14.99%
Tacámbaro	2012	975	2757	35.36%	2063	8484	24.32%	314.768	2065.105	15.24%
Tlalpujahuá	2005	183	581	31.50%	250	1295	19.31%	31.076	188.204	16.51%
Tzintzuntzan	2012	255	1233	20.68%	380	2362	16.09%	36.368	144.929	25.09%

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Tepoztlán	2010	796	1820	43.74%	2191	5392	40.63%	332.801	930.744	35.76%
Tlayacapan	2011	416	943	44.11%	827	2167	38.16%	70.715	307.448	23.00%
Compostela	2018	2199	5482	40.11%	6639	16241	40.88%	1206.364	3233.139	37.31%
Jala	2012	241	768	31.38%	413	1831	22.56%	24.347	176.143	13.82%
Mexcaltitán	2020	1676	4601	36.43%	4336	13950	31.08%	788.291	2806.107	28.09%
Sayulita	2015	3270	7644	42.78%	28070	57104	49.16%	14825.232	22793.497	65.04%
Bustamante	2018	41	162	25.31%	35	336	10.42%	4.901	72.312	6.78%
Linares	2015	718	2618	27.43%	1624	16528	9.83%	577.691	6997.658	8.26%
Santiago	2006	495	1505	32.89%	2269	8008	28.33%	901.191	3936.515	22.89%
Huautla de Jiménez	2015	503	1746	28.81%	540	2670	20.22%	51.073	256.903	19.88%
Capulálpam de Méndez	2007	39	143	27.27%	45	299	15.05%	1.481	25.457	5.82%
San Pablo Villa de Mitla	2015	421	2145	19.63%	621	3431	18.10%	41.408	303.229	13.66%
San Pedro y San Pablo Teposcolula	2015	79	258	30.62%	83	469	17.70%	9.238	49.825	18.54%
Santa Catarina Juquila	2020	688	1512	45.50%	1089	2939	37.05%	99.525	323.114	30.80%
Mazunte	2015	474	1308	36.24%	992	2822	35.15%	132.327	284.507	46.51%
Atlixco	2015	2012	7338	27.42%	6471	23327	27.74%	1568.032	5285.606	29.67%

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Cuetzalan del Progreso	2002	373	1248	29.89%	667	2792	23.89%	87.076	383.261	22.72%
Chignahuapan	2012	767	2603	29.47%	1661	6442	25.78%	240.29	1210.257	19.85%
Huauchinango	2015	1282	5864	21.86%	2459	13365	18.40%	389.152	2120.585	18.35%
Pahuatlán	2012	126	1022	12.33%	141	2139	6.59%	14.538	140.827	10.32%
Cholula	2012	1908	6450	29.58%	13314	41625	31.99%	6142.931	20160.482	30.47%
Tetela de Ocampo	2020	238	788	30.20%	359	1375	26.11%	45.273	209.348	21.63%
Tlatlauquitepec	2012	424	1639	25.87%	636	3888	16.36%	88.937	954.865	9.31%
Xicotepec	2012	1116	4266	26.16%	1832	10060	18.21%	259.99	1683.29	15.45%
Zacatlán de las manzanas	2011	1033	3949	26.16%	2240	10105	22.17%	306.486	1943.874	15.77%
Amealco de Bonfil	2018	397	1307	30.37%	862	4562	18.90%	201.289	1698.47	11.85%
Cadereyta	2011	535	1707	31.34%	1009	5705	17.69%	135.509	3243.802	4.18%
Bernal	2005	939	2496	37.62%	2174	8728	24.91%	310.44	3234.892	9.60%
Jalpan de Serra	2010	415	1124	36.92%	738	3525	20.94%	109.903	763.216	14.40%
San Joaquín	2015	105	297	35.35%	142	580	24.48%	18.993	64.852	29.29%
Tequisquiapan	2012	1400	4109	34.07%	3258	11532	28.25%	543.044	2839.697	19.12%
Isla Mujeres	2015	664	1109	59.87%	10246	14110	72.62%	4457.298	5983.824	74.49%
Tulum	2015	1184	2029	58.35%	12378	18161	68.16%	6876.912	9618.215	71.50%
Bacalar	2006	347	753	46.08%	1060	2573	41.20%	266.48	558.959	47.67%
Aquismón	2018	132	342	38.60%	198	1092	18.13%	36.977	162.467	22.76%

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Real de Catorce	2001	235	342	68.71%	331	755	43.84%	17.168	83.34	20.60%
Santa María del Río	2020	481	1272	37.81%	828	3116	26.57%	96.538	547.824	17.62%
Xilitla	2011	328	774	42.38%	712	2134	33.36%	93.42	330.473	28.27%
Cosalá	2005	162	448	36.16%	307	1917	16.01%	38.316	660.701	5.80%
El Fuerte	2009	586	2109	27.79%	1373	8913	15.40%	361.809	3937.929	9.19%
Mocorito	2015	214	702	30.48%	474	2167	21.87%	102.031	1027.518	9.93%
El Rosarito	2012	379	1284	29.52%	731	8472	8.63%	188.467	2389.929	7.89%
Alamos	2005	133	545	24.40%	269	4183	6.43%	62.045	8996.621	0.69%
Magdalena de Kino	2012	307	1132	27.12%	767	8280	9.26%	224.289	4684.829	4.79%
Tapijulapa	2010	270	791	34.13%	560	2631	21.28%	211.742	511.03	41.43%
Mier	2007	71	239	29.71%	88	562	15.66%	9.534	61.058	15.61%
Tula	2011	307	917	33.48%	563	1860	30.27%	59.903	303.491	19.74%
Huamantla	2007	1080	4837	22.33%	2194	17243	12.72%	339.657	16230.138	2.09%
Tlaxco	2015	322	1514	21.27%	493	5045	9.77%	65.747	1839.416	3.57%
Coatepec	2006	1221	4083	29.90%	2467	14691	16.79%	307.552	14651.858	2.10%
Coscomatepec	2015	505	1888	26.75%	794	4372	18.16%	71.759	819.712	8.75%
Xico	2001	388	1542	25.16%	610	3411	17.88%	41.271	642.96	6.42%
Orizaba	2015	3194	9246	34.54%	13003	39746	32.72%	3851.616	31658.307	12.17%
Papantla	2012	1064	4224	25.19%	2652	11340	23.39%	312.397	2255.454	13.85%
Zozocolco	2015	53	202	26.24%	39	345	11.30%	3.777	28.494	13.26%

Pueblo Mágico	Año de incorporación al programa	Unidades económicas			Personal Ocupado Total			Producción Bruta Total		
		TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)	TT	TM	TT/TM (%)
Sisal	2020	358	1611	22.22%	870	6421	13.55%	99.752	4256.4	2.34%
Izamal	2002	457	2084	21.93%	979	4767	20.54%	113.168	875.282	12.93%
Maní	2020	69	679	10.16%	133	1052	12.64%	10.167	63.582	15.99%
Valladolid	2015	1240	5125	24.20%	4359	16186	26.93%	1189.659	8210.419	14.49%
Guadalupe	2018	1854	7119	26.04%	6869	41969	16.37%	2011.613	18510.127	10.87%
Jerez de García Salinas	2007	1081	3609	29.95%	2422	10912	22.20%	372.759	2627.688	14.19%
Nochistlán	2012	415	1508	27.52%	781	3167	24.66%	152.524	538.098	28.35%
Pinos	2012	259	752	34.44%	355	1684	21.08%	174.822	314.081	55.66%
Sombrerete	2012	616	2101	29.32%	1195	7697	15.53%	275.772	4323.1	6.38%
Teul González Ortega	2011	87	280	31.07%	100	530	18.87%	8.925	55.834	15.98%

Fuente: elaboración propia.

Abreviaciones: TT=Total turístico; TM=Total municipal