



Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
Maestría en Políticas Públicas

Sector Turístico en Michoacán: Una propuesta de Política Pública
para su fortalecimiento

Tesis

Que para obtener el grado de:

Maestro en Políticas Públicas

Presenta: L.A. José Roberto Gómez Cortés

Director de Tesis: Dr. Rubén Molina Martínez

Morelia, Michoacán, septiembre de 2024

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

En la Ciudad de Morelia, Michoacán, el día 08 de agosto de 2024, el que suscribe L.A. José Roberto Gómez Cortés, estudiante del programa de Maestría en Políticas Públicas adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), manifiesta ser el autor intelectual del presente trabajo de tesis, desarrollado bajo la dirección del Dr. Rubén Molina Martínez, y cede los derechos del trabajo titulado "Sector Turístico en Michoacán: Una propuesta de Política Pública para su fortalecimiento" a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines estrictamente académicos.

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

//



L.A. José Roberto Gómez Cortés

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

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la ciudad de Morelia, Michoacán, el día 08 de agosto de 2024, los miembros de la mesa sinodal designada por el H. Consejo Técnico del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, aprobaron para presentar en examen de grado la tesis titulada:

Sector Turístico en Michoacán: Una propuesta de Política Pública para su fortalecimiento

Presentada por el estudiante:

L.A. José Roberto Gómez Cortés

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

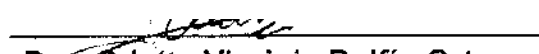
MESA SINODAL

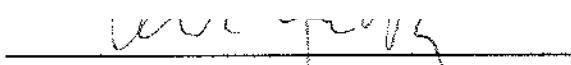
Director de tesis


Dr. Rubén Molina Martínez

Primer vocal

Segundo vocal


Dra. Odette Virginia Delfín Ortega


Dr. Rodrigo Gómez Monge

Agradecimientos

Este trabajo no habría sido posible sin el apoyo del Programa de Posgrados de Calidad del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (Conahcyt). Por ello, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a quienes iniciaron y han mantenido este programa, facilitando así el desarrollo profesional de muchos individuos que, de otra manera, podrían haber enfrentado limitaciones para ingresar al ámbito académico debido a restricciones económicas.

En segundo lugar, deseo expresar mi gratitud por las facilidades otorgadas por el personal de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales. Tanto el cuerpo docente, que demostró un entusiasmo y profesionalismo constantes, como el personal administrativo y las instalaciones, proporcionaron un entorno propicio para la adquisición de las herramientas y conocimientos necesarios para llevar a cabo esta investigación.

Quiero extender un reconocimiento especial a mi asesor de tesis, el doctor Rubén Molina Martínez, cuya disposición para compartir sus vastos conocimientos, paciencia y valiosa experiencia en comunicación, investigación y evaluación de políticas públicas fueron fundamentales para este trabajo.

Las valiosas observaciones y aportaciones de la mesa sinodal, integrada por los doctores Odette Virginia Delfín Ortega y Rodrigo Gómez Monge, fueron esenciales para enriquecer de manera significativa el resultado final. Agradezco sinceramente sus comentarios oportunos y perspicaces.

Además, la dedicación y el compromiso de los investigadores que compartieron sus conocimientos en las aulas fueron de vital importancia para la realización de este trabajo y contribuyeron significativamente desde diversas perspectivas. Por tanto, deseo expresar mi reconocimiento particular a los doctores que impartieron clases a lo largo del programa académico.

Índice

Glosario	12
Resumen:	14
Abstract:	14
Introducción	16
PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	22
Antecedentes	24
1. Problema	46
i) Situación Problemática	46
ii) Planteamiento del Problema	52
2. Objetivo	53
3. Hipótesis	54
4. Justificación	55
5. Método	58
PARTE II. MARCO TEÓRICO	59
Capítulo 1. Políticas Públicas	61
1.1 ¿Qué es una Política Pública?	63
1.2 Diferentes perspectivas de Políticas Públicas	64
1.3 El Ciclo de Políticas Públicas	65
1.4 Modelo de Análisis de Políticas Públicas	74

1.4.1 Modelo Elección Racional	76
1.4.2 Modelo de Análisis Costo-Beneficio	77
1.5 Políticas turísticas	80
1.6 Teoría de la economía del turismo	85
1.7 Teoría de la Planificación Turística	86
 Capítulo 2. Desarrollo teórico del turismo	 87
2.1 Concepto de Turismo	88
2.2 Concepto de Turismo Nacional	90
2.3 El Turismo en México	91
2.4 Modelo de Turismo de Leiper	91
2.5 Modelo de Turismo de Cuervo	93
2.6 Modelo de Turismo de Molina	96
2.7 Modelo de Turismo a Proponer	98
 Capítulo 3. Gasto de Gobierno en Políticas turísticas	 100
3.1 Importancia del gasto de gobierno en políticas turísticas	101
3.2 Papel del gobierno desde el gasto en turismo	101
3.3 Programas Públicos en el Turismo	103
3.4 Enfoques multidisciplinarios del gasto de gobierno en políticas turísticas	104
3.5 El efecto multiplicador del gasto de gobierno en políticas turísticas	105
 Capítulo 4. Precios en los Servicios Turísticos	 109
4.1 Importancia de los precios en los servicios turísticos	110
4.2 Los precios bajos en el turismo	110
4.3 Servicios turísticos más conocidos	111

4.4 Servicio de alojamiento en el turismo	112
4.5 Servicio de Transporte en el Turismo	112
4.6 El servicio de guías turísticos en el turismo	113
4.7 El servicio de excursiones y actividades en el turismo	114
4.8 El servicio de restauración	114
 PARTE III. TRABAJO DE CAMPO	 116
 Capítulo 5. Trabajo de campo	 117
5.1 Universo de Estudio 1	118
5.1.1 Muestra 1	118
5.2 Universo de Estudio 2	120
5.2.1 Muestra 2	121
iii) Instrumento de Investigación	122
Prueba Piloto y Aplicación del Instrumento de Investigación	127
Resultados	136
Prueba de Hipótesis	180
 PARTE IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN	 185
 Capítulo 6. Matriz de Marco Lógico	 186
6.1 Análisis de Involucrados	189
6.2 Árbol de Problemas	191
6.3 Árbol de Objetivos	192
6.4 Alternativas de Solución	193

6.5 Justificación, cobertura	194
6.6 Estructura Analítica del Proyecto	195
6.7 Matriz de Marco Lógico	196
6.8 Resumen Ejecutivo de la Propuesta de Política Pública	197
Conclusiones y Recomendaciones	200
Referencias	203
 ANEXOS	 210
Anexo 1 - Instrumento de Medición para la muestra 1 (Turistas)	210
Anexo 2 - Instrumento de Medición para la muestra 2 (funcionarios de gobierno estatal)	213
Anexo 3 Libro de Datos para la prueba de Alfa de Cronbach	216
Anexo 4 Libro de Datos Instrumento de medición 1 (turistas)	217
Anexo 5 Libro de Datos INSTRUMENTO 2 (funcionarios de gobierno)	224

Índice de Figuras

- Figura 1. Mapa con división municipal de Michoacán de Ocampo.
- Figura 2. Listado de los municipios de Michoacán de Ocampo
- Figura 3. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Lasswell (1970)
- Figura 4. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Jones (1970)
- Figura 5. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Anderson (1975)
- Figura 6. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Aguilar (2010)
- Figura 7. Modelo de Elección Racional
- Figura 8. Pasos del Análisis Costo-Beneficio
- Figura 9. Modelo de Turismo de Leiper (1990)
- Figura 10. Modelo de Turismo de Cuervo (1967)
- Figura 11. Modelo de Turismo de Molina (1991)
- Figura 12. Modelo Turístico de Gómez
- Figura 13. Fórmula para cálculo de muestras en poblaciones finitas
- Figura 14. Prueba Piloto con Alfa de Cronbach
- Figura 15. Prueba de normalidad para el Instrumento 1
- Figura 16. Prueba de Rho de Spearman para el Instrumento 1
- Figura 17. Prueba de normalidad para el Instrumento 2
- Figura 18. Prueba de Rho de Spearman para el Instrumento 2
- Figura 19. Estructura Metodología de Marco Lógico
- Figura 20. Arbol de Problemas
- Figura 21. Arbol de Objetivos
- Figura 22. Estructura Analítica de Marco Lógico

Índice de Tablas

Tabla 1. Evolución del turismo a través del tiempo

Tabla 2. Principales desafíos del turismo en el Siglo XX

Tabla 3. Marco Legislativo para el turismo en México a través de la historia.

Tabla 4. Producto Interno Bruto Turístico de México a través de los años

Tabla 5. Programas de Turismo en México

Tabla 6. Pueblos mágicos del estado de Michoacán de Ocampo

Tabla 7. Principales Teorías sobre Turismo

Tabla 8. Características de una definición conceptual

Tabla 9. 1ra Operacionalización de Variables: Instrumento Aplicado a Turistas

Tabla 10. 2da Operacionalización de Variables: Instrumento Aplicado a Funcionarios de Gobierno del Estado de Michoacán

Tabla 11. Instrumento 1, ítem 1

Tabla 12. Instrumento 1, ítem 2

Tabla 13. Instrumento 1, ítem 3

Tabla 14. Instrumento 1, ítem 4

Tabla 15. Instrumento 1, ítem 5

Tabla 16. Instrumento 1, ítem 6

Tabla 17. Instrumento 1, ítem 7

Tabla 18. Instrumento 1, ítem 8

Tabla 19. Instrumento 1, ítem 9

Tabla 20. Instrumento 1, ítem 10

Tabla 21. Instrumento 1, ítem 11

Tabla 22. Instrumento 1, ítem 12

Tabla 23. Instrumento 1, ítem 13
Tabla 24. Instrumento 1, ítem 14
Tabla 25. Instrumento 1, ítem 15
Tabla 26. Instrumento 1, ítem 16
Tabla 27. Instrumento 1, ítem 17
Tabla 28. Instrumento 1, ítem 18
Tabla 29. Instrumento 1, ítem 19
Tabla 30. Instrumento 1, ítem 20
Tabla 31. Instrumento 1, ítem 21
Tabla 32. Instrumento 1, ítem 22
Tabla 33. Instrumento 1, ítem 23
Tabla 34. Instrumento 1, ítem 24
Tabla 35. Instrumento 1, ítem 25
Tabla 36. Instrumento 1, ítem 26
Tabla 37. Instrumento 1, ítem 27
Tabla 38. Instrumento 2, ítem 1
Tabla 39. Instrumento 2, ítem 2
Tabla 40. Instrumento 2, ítem 3
Tabla 41. Instrumento 2, ítem 4
Tabla 42. Instrumento 2, ítem 5
Tabla 43. Instrumento 2, ítem 6
Tabla 44. Instrumento 2, ítem 7
Tabla 45. Instrumento 2, ítem 8
Tabla 46. Instrumento 2, ítem 9
Tabla 47. Instrumento 2, ítem 10

Tabla 48. Instrumento 2, ítem 11
Tabla 49. Instrumento 2, ítem 11
Tabla 50. Instrumento 2, ítem 13
Tabla 51. Instrumento 2, ítem 14
Tabla 52. Instrumento 2, ítem 15
Tabla 53. Instrumento 2, ítem 16
Tabla 54. Análisis de Involucrados
Tabla 55. Alternativas de Solución
Tabla 56. Matriz de Marco Lógico
Tabla 57. Matriz de Indicadores de Resultados

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Oferta Hotelera de Michoacán

Gráfica 2. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al Promedio Nacional

Gráfica 3. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Nayarit

Gráfica 4. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Colima

Gráfica 5. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Jalisco

Gráfica 6. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto a la Ciudad de México

Gráfica 7. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Querétaro

Glosario

• ACOTUR	• Asociación de Centros Turísticos de México
• ACPT	• Asociación de Clubes Privados de Turismo
• ADETLA	• Asociación de Desarrolladores Turísticos de La Paz
• ADITUR	• Asociación de Desarrolladores de Inversión Turística
• AMDETUR	• Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos
• ANPACTUR	• Asociación Nacional de Parques Acuáticos y Centros de Entretenimiento Turístico
• APF	• Administración Pública Federal
• ATAC	• Asociación de Turismo de Aventura de Chiapas
• ATCC	• Asociación de Turismo de Cruceros de Cozumel
• BPT	• Bolsa de Productos Turísticos
• CANACO-SERVITUR -	• Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos
• CPTM	• Consejo de Promoción Turística de México
• DATATUR	• Portal de Datos de la Secretaría de Turismo
• DGT	• Dirección General de Turismo
• FOBIPTUR	• Fondo de Beneficios para el Desarrollo del Turismo
• FOGATUR	• Fondo de Garantía y Fomento al Turismo
• FONATUR	• Fondo de Garantía y Fomento al Turismo
• IET	• Instituto de Estudios Turísticos
• ICTUR	• Instituto de Competitividad Turística
• IFT	• Instituto Fiduciario de Turismo
• ILPES	• Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social

• INDERM	• Instituto de Desarrollo Rural y de la Microempresa Turística
• INEGI	• Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
• INFRATUR	• Fondo de Promoción e Infraestructura Turística
• LFT	• Ley Federal de Turismo
• LGT	• Ley General de Turismo
• OCV	• Oficina de Convenciones y Visitantes
• PROFEDATUR	• Programa de Fomento a la Excelencia en el Sector Turismo
• PROSECTUR	• Programa Sectorial de Turismo
• PROTUR	• Programa de Desarrollo Turístico
• REDETUR	• Red Nacional de Turismo
• RETSOTUR	• Red de Turismo Sostenible
• SECTUR	• Secretaría de Turismo
• SECTURM	• Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán
• SITUR -	• Sistema de Información Turística
• STPS	• Secretaría del Trabajo y Previsión Social
• TUM	• Turismo en México
• UNATUR	• Unión Nacional de Turismo
• VPT	• Visitantes por Turismo
• ZEDET	• Zonas de Desarrollo Económico y Turístico
• ZOT	• Zonas de Oportunidades Turísticas
• ZT	• Zonas Turísticas

Resumen:

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque de políticas públicas, orientado a la política turística en el estado de Michoacán de Ocampo en México y aborda el problema de la baja asistencia de turistas al estado. La investigación se centra en identificar los factores que influyen en esta asistencia, planteando como hipótesis que el gasto gubernamental en políticas turísticas y el precio de los servicios turísticos son determinantes clave. A través de escalas Likert y el análisis con SPSS v. 29, este trabajo emplea la Metodología de Marco Lógico de la CEPAL para proponer políticas públicas eficaces.

Los hallazgos indican que los turistas que visitan Michoacán, principalmente nacionales, lo hacen de forma recurrente y motivados por la gastronomía, arquitectura y cultura. La mayoría realiza actividades turísticas, utiliza transporte público y considera el precio como un factor importante en su decisión. Por otro lado, los funcionarios de la secretaría de turismo estatal reconocen la influencia del presupuesto en la afluencia turística, pero critican la insuficiencia y la gestión del mismo, así como la falta de seguimiento y objetivos claros en la política turística.

Este estudio subraya la necesidad de revisar y optimizar el gasto en políticas turísticas y la estructuración de precios de servicios para potenciar el turismo en Michoacán.

Palabras clave: política turística, Michoacán, asistencia de turistas, gasto gubernamental, servicios turísticos, Metodología de Marco Lógico, CEPAL, SPSS.

Abstract:

The present research work has a public policy approach, oriented to tourism policy in the state of Michoacán de Ocampo in Mexico and addresses the problem of low tourist attendance to the state. The research focuses on identifying the factors that influence

this assistance, hypothesizing that government spending on tourism policies and the price of tourism services are key determinants. Through Likert surveys and analysis with SPSS v. 29, this work uses the ECLAC Logical Framework Methodology to propose effective public policies.

The findings indicate that tourists who visit Michoacán, mainly nationals, do so on a recurring basis and are motivated by gastronomy, architecture and culture. The majority carry out tourist activities, use public transport and consider price as an important factor in their decision. On the other hand, officials from the state tourism secretariat recognize the influence of the budget on tourist influx, but criticize its insufficiency and management, as well as the lack of monitoring and clear objectives in tourism policy.

This study highlights the need to review and optimize spending on tourism policies and the structuring of service prices to enhance tourism in Michoacán.

Keywords: tourism policy, Michoacán, tourist assistance, government spending, tourist services, Logical Framework Methodology, ECLAC, SPSS.

Introducción

El presente trabajo de investigación se centra en el análisis exhaustivo del sector turístico en el estado de Michoacán, con el propósito fundamental de proponer una política pública que tenga como objetivo primordial incrementar la afluencia de turistas. Michoacán, un estado rico en cultura, historia y belleza natural, posee un potencial turístico considerable que aún no ha sido completamente aprovechado. La implementación de una política pública efectiva puede jugar un papel crucial en la promoción y desarrollo sostenible del turismo en esta región.

El turismo, desde sus primeros vestigios en la historia de la humanidad, ha sido un fenómeno multifacético que ha evolucionado a lo largo de los siglos, adaptándose a las cambiantes necesidades y deseos de la sociedad. Aunque sus raíces pueden rastrearse hasta las antiguas civilizaciones que realizaban peregrinaciones religiosas o exploraciones comerciales, el turismo como lo conocemos hoy en día ha surgido como una industria compleja y globalizada, influyendo en la economía, la cultura y el medio ambiente de numerosos países en todo el mundo (Ramírez, 1985).

Dentro del primer apartado, PARTE I. Fundamentos de la Investigación, se inicia con la exposición de los antecedentes que han marcado la evolución del turismo, terminando con un énfasis en estado de Michoacán de Ocampo, cabe señalar que la formalización del estudio del turismo y su regulación política son fenómenos relativamente recientes en la historia.

Si bien las personas han viajado por diversas razones a lo largo de los siglos, fue solo en tiempos modernos cuando el turismo comenzó a organizarse y a ser objeto de análisis académico y político.

Esta evolución es el resultado de la creciente importancia económica y social del turismo, que ha llevado a la necesidad de establecer regulaciones y directrices para su desarrollo sostenible y su gestión adecuada en un mundo cada vez más conectado (Berger, 2002).

El siglo XX se presenta como un hito en la historia del turismo, marcado por una expansión sin precedentes y cambios significativos en su dinámica. Desde los viajes de élite y aventura de principios de siglo hasta los desafíos planteados por los conflictos mundiales, el turismo ha enfrentado una serie de desafíos y oportunidades que han configurado su trayectoria. La Primera Guerra Mundial, por ejemplo, trajo consigo una disminución drástica en la actividad turística debido a la inestabilidad política y económica, mientras que la Segunda Guerra Mundial interrumpió aún más el flujo turístico global, convirtiendo muchos destinos en zonas de conflicto o bajo ocupación militar.

No obstante, tras los períodos de guerra, el turismo experimentó un resurgimiento notable, impulsado por el deseo de la sociedad de recuperar la normalidad y disfrutar de la paz. La década de 1950 y los años 60, en particular, se consideran la "Era Dorada" del turismo, marcada por avances significativos en la aviación comercial y el surgimiento del turismo de masas. Los viajes internacionales se volvieron más accesibles y asequibles, facilitando la expansión del turismo global y la proliferación de destinos turísticos populares (Berger, 2002).

Este resumen histórico del turismo en el siglo XX subraya su papel fundamental en el desarrollo económico y cultural de las naciones, así como los desafíos inherentes a su gestión y sostenibilidad. A medida que el turismo continúa evolucionando en el siglo XXI, es crucial reflexionar sobre su pasado para abordar los desafíos actuales y futuros de manera responsable y sostenible, garantizando así su contribución positiva al bienestar humano y al desarrollo global.

En el contexto mexicano, el turismo ha desempeñado un papel crucial en el desarrollo económico y social del país. México cuenta con una rica diversidad cultural, histórica y natural que lo convierte en un destino turístico de gran atractivo a nivel internacional. Desde las antiguas civilizaciones mesoamericanas hasta las vibrantes metrópolis modernas, el país ofrece una amplia gama de experiencias para los visitantes, que van desde la exploración arqueológica de ruinas prehispánicas hasta el disfrute de playas tropicales y paisajes montañosos (Arias, Herrera & Collín, 2013).

Además de su impacto económico, el turismo en México desempeña un papel fundamental en la preservación de la herencia cultural y la identidad nacional. Los sitios arqueológicos, las ciudades coloniales y las festividades tradicionales son testimonios vivos de la rica historia y diversidad cultural del país, atrayendo a millones de turistas cada año. Asimismo, la gastronomía mexicana, reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, es un componente esencial de la experiencia turística, que ofrece una muestra del vasto legado culinario de México y su fusión de influencias indígenas, europeas y africanas (SECTUR, 2019).

Así mismo, en dicho apartado se contextualiza la situación problemática del sector, destacando aspectos como la baja afluencia de turistas hacia el estado, destacando la baja tasa de ocupación hotelera, indicador internacional clave de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008).

A través del planteamiento del problema, podemos destacar que existe una poca asistencia de turistas hacia el estado de Michoacán de Ocampo. En ese sentido es que se establecen los objetivos de investigación que orientarán el presente trabajo hacia la identificación de soluciones viables y pertinentes. La hipótesis planteada constituye una guía tentativa para la investigación, la cual será sometida a rigurosas pruebas y análisis utilizando el método científico.

Se justifica la relevancia de la investigación en el contexto social y económico actual, destacando la importancia estratégica del turismo como motor de desarrollo económico y social en el estado de Michoacán, así como su potencial para generar empleo, diversificar la economía y promover la inclusión social.

Dentro del apartado PARTE II. Marco Teórico, se estructura en cuatro capítulos fundamentales, cada uno de los cuales aborda aspectos relevantes para comprender la complejidad del turismo en Michoacán y su relación con las políticas públicas, concretamente se dedica un capítulo para cada variable de la investigación. En el primer capítulo, se explora el concepto de políticas públicas, su naturaleza, alcance y funciones dentro del contexto gubernamental, destacando su papel en la formulación e implementación de estrategias para el desarrollo turístico.

En el segundo capítulo, se realiza un análisis exhaustivo del desarrollo teórico del turismo, desde sus orígenes hasta las tendencias actuales, con énfasis en la importancia del turismo como motor de crecimiento económico y desarrollo regional.

Así mismo, encontraremos desarrollados diversos enfoques multidisciplinarios que nos permitan comenzar a abordar el turismo desde una perspectiva teórica, más adelante se expresan de manera concreta algunos de los principales modelos que existen para explicar el turismo y el ecosistema que le da forma, entre los que se destacan el Modelo de Turismo de Cuervo (1967), el Modelo de Turismo de Leiper (1990), el Modelo Turístico de Molina (1991) y se propone un modelo que acompañe la perspectiva que se desarrolla en el presente trabajo, de manera que posteriores investigaciones tengan un marco de referencia desde una perspectiva teórica.

Dentro del tercer capítulo de este trabajo de investigación, se profundiza en un análisis exhaustivo del gasto gubernamental en políticas públicas, con un enfoque particular en las políticas turísticas, con el objetivo de identificar y comprender los principales mecanismos de financiamiento y su impacto en el desarrollo del turismo en Michoacán. Se busca no solo examinar el volumen y la asignación de recursos destinados a estas políticas, sino también evaluar su eficacia y eficiencia en el fomento y fortalecimiento del sector turístico en la región.

Es crucial destacar la importancia del gasto del gobierno en políticas turísticas, ya que este desempeña un papel fundamental en la promoción y el impulso del turismo como motor de desarrollo económico y social en Michoacán. El análisis detallado de estos gastos proporciona una visión panorámica de las estrategias y prioridades gubernamentales en materia turística, permitiendo identificar áreas de oportunidad y posibles mejoras para optimizar el impacto de las políticas públicas en el sector. (Ramírez, 1981).

Asimismo, se subraya el papel activo del gobierno en la promoción y difusión del turismo, tanto a nivel regional como internacional. El gasto destinado a actividades de difusión, propaganda y comunicación social se considera una herramienta clave para aumentar la visibilidad y atractivo de Michoacán como destino turístico, tanto para el

mercado nacional como para el internacional. En este sentido, se examinarán las estrategias y campañas implementadas por el gobierno para posicionar su región como un destino turístico de primer nivel y para estimular el crecimiento sostenible de la industria turística en la región. En un apartado final dentro del capítulo, también se encuentra el efecto multiplicador del gasto de gobierno en políticas turísticas (Bee de Dagum, 1963).

Con respecto al cuarto capítulo, se analizan los precios en los servicios turísticos, explorando su relación con la demanda y oferta de servicios turísticos en la región, así como su influencia en la competitividad del destino turístico, destacando que el gasto que realiza el gobierno en dicho sector generará ingresos adicionales en la economía, dando como resultado un crecimiento económico y social.

Entre los puntos principales se destacan los principales servicios turístico que se ofrecen en un destino turístico, entre los que encontramos los servicios de alojamiento, los servicios de transporte, los servicios de restauración, los servicios de guías turísticos y los servicios de excursión y actividades turísticas.

En la sección PARTE III. Trabajo de Campo, se detalla el proceso de investigación de campo llevado a cabo para recopilar datos empíricos relevantes sobre el turismo en Michoacán. Dentro de su primer segmento, se aborda el universo de investigación, comprendiendo la totalidad de los elementos que serán objeto de estudio, incluyendo tanto los recursos turísticos como los actores involucrados en su gestión y promoción.

Concretamente, en el presente trabajo se tendrán dos universos de investigación, dada la naturaleza de las variables, por una parte se encuentra el universo de los turistas que visitan el estado de Michoacán de Ocampo, mientras que en un segundo universo se encuentran los funcionarios de gobierno del estado que son tomadores de decisiones y tienen una participación activa en la aplicación del gasto de gobierno en políticas turísticas.

En ese tenor de ideas, la presente investigación también contará con dos muestras de investigación, y éstas se seleccionarán de una manera cuidadosa, garantizando su representatividad y validez estadística, y se utilizan diversos métodos de muestreo para asegurar la diversidad de perspectivas y opiniones.

Por consiguiente, se presenta un instrumento de medición para cada muestra, que será utilizado para recolectar los datos, así como los procedimientos empleados para su análisis y interpretación, incluyendo técnicas cualitativas y cuantitativas.

Como PARTE IV. Propuesta de solución, en dicha sección se presenta la propuesta de política pública destinada a impulsar el turismo en Michoacán, basada en los hallazgos y conclusiones derivados del apartado anterior. Dentro de este segmento, se elabora un árbol de objetivos que define claramente los resultados esperados de la política propuesta, identificando las metas a corto, mediano y largo plazo.

Asimismo, se identifican los principales problemas y desafíos que deben ser abordados para alcanzar dichos objetivos, utilizando un árbol de problemas como herramienta de análisis. Se elabora una matriz de Indicadores de Resultados para evaluar el impacto y eficacia de la política pública propuesta, incluyendo indicadores de desempeño, impacto y efectividad.

Finalmente, se exponen las conclusiones derivadas del estudio, destacando las principales contribuciones y recomendaciones para futuras investigaciones en el ámbito del turismo en Michoacán, así como las implicaciones prácticas y políticas de los hallazgos obtenidos.

PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación científica se erige como el pilar fundamental en la construcción del conocimiento en una amplia gama de disciplinas académicas y científicas. En este proceso, la formulación de preguntas de investigación claras y específicas, como destaca Kerlinger (2002), desempeña un papel crucial.

Estas preguntas actúan como puntos de partida que establecen la dirección y el propósito de la investigación, con el objetivo de generar conocimiento nuevo y significativo. Es a través de este planteamiento preciso y deliberado que se sientan las bases para la realización de una revisión bibliográfica exhaustiva.

La revisión bibliográfica, como etapa esencial en el proceso investigativo, no solo implica recopilar y analizar la literatura previa en el campo de estudio, sino también situar la investigación dentro del contexto de investigaciones anteriores y debates actuales.

Esta labor rigurosa y crítica enriquece el marco teórico y conceptual del estudio, proporcionando un sólido fundamento sobre el cual se construye la investigación.

En cuanto al diseño metodológico, Soriano (2022) subraya la importancia de seleccionar métodos y técnicas de recolección de datos coherentes con las preguntas de investigación, con el fin de obtener datos fiables y válidos. La elección adecuada de métodos no solo sustenta la validez interna y externa del estudio, sino que también contribuye a minimizar sesgos y errores.

De esta manera, los métodos seleccionados constituyen la base para la obtención de resultados sólidos y confiables, cuya interpretación exige una combinación equilibrada entre el conocimiento teórico y las competencias analíticas del investigador.

El análisis de datos, respaldado por técnicas estadísticas y analíticas, es crucial para descubrir patrones y relaciones en los datos que puedan responder a las preguntas de investigación planteadas.

En este sentido, la interpretación de los resultados requiere una comprensión profunda del contexto teórico y conceptual, donde el investigador debe ejercitar la objetividad y la creatividad para extraer significado y relevancia de los hallazgos.

Finalmente, la presentación de los resultados en informes científicos claros y estructurados, como señalan Kerlinger y Lee (2002), es esencial para garantizar la comprensión de los avances logrados y su impacto en el campo de estudio.

La redacción precisa de los métodos utilizados y la interpretación fundamentada de los resultados, tal como enfatizan Lee y Soriano, fortalecen la credibilidad y la influencia de la investigación en la comunidad académica y científica, contribuyendo así al avance del conocimiento en la disciplina correspondiente.

Antecedentes

El turismo es una actividad humana que se ha dado a través de los siglos, sin embargo, su estudio formal y regulación política es de muy reciente creación. A lo largo de la historia, las personas han viajado por diversas razones, como la búsqueda de conocimiento, el comercio, la religión o simplemente la exploración de nuevos territorios (Ejarque, 2005).

Tabla 1. Evolución del turismo a través del tiempo

Evolución del Turismo		
Etapa	Rasgos Principales	Periodo
Viajes Antiguos	Exploración, Comercio, Pilgrinaje	Antigüedad
Turismo Romano	Termas, Teatros, Viajes por placer	Siglo I a.C. - Siglo V d.C.
Edad Media	Peregrinaciones religiosas, Viajes por razones comerciales	Siglo V - Siglo XV
Renacimiento	Grand Tour, Viajes educativos	Siglo XV - Siglo XVIII
Siglo XIX	Desarrollo del ferrocarril, Turismo de salud	Siglo XIX
Belle Époque	Turismo de lujo, Resorts de moda	Finales del Siglo XIX - Principios del Siglo XX
Entre Guerras	Turismo de masas, Desarrollo de la industria turística	Décadas de 1920 y 1930
Post Segunda Guerra	Boom del turismo internacional, Aviación comercial	Décadas de 1950 y 1960

Fuente: Elaboración propia

No obstante, fue solo en tiempos modernos cuando el turismo comenzó a organizarse y a ser objeto de análisis académico y político. Esta evolución es el resultado de la creciente importancia económica y social del turismo, que ha llevado a la necesidad de establecer regulaciones y directrices para su desarrollo sostenible y su gestión adecuada en un mundo cada vez más conectado (Ramírez, 1985).

El Turismo a lo largo de la Historia: Un Viaje a través de los Siglos

El turismo, como fenómeno social y económico, ha experimentado una transformación continua a lo largo de la historia de la humanidad. Desde sus modestos orígenes como peregrinaciones religiosas y exploraciones intrépidas hasta su actual condición como una industria globalizada que influye en la economía, la cultura y el medio ambiente de numerosos países en todo el mundo, el turismo ha dejado una huella indeleble en la historia de la civilización humana. Dentro de este apartado se abordará en la historia del turismo, rastreando sus raíces y analizando su evolución a lo largo de los siglos (Muñoz de Escalona, 2004).

Antecedentes Antiguos: La Semilla del Turismo

Si bien el turismo contemporáneo se caracteriza por la movilidad y la accesibilidad, las primeras formas de turismo eran limitadas y a menudo reservadas para una élite. En la antigua Roma, los ciudadanos ricos realizaban "grand tours" para visitar monumentos y centros culturales en Europa y Asia Menor. Del mismo modo, en la antigua China, los funcionarios imperiales participaban en viajes de inspección conocidos como "zhilu", destinados a promover el conocimiento y la administración del vasto imperio (Veldez, 2003).

El turismo religioso también desempeñó un papel fundamental en la historia temprana del turismo. Los peregrinajes a lugares sagrados, como La Meca, Jerusalén y Varanasi, atraían a devotos de diferentes religiones, y estos viajes proporcionaban una base para el intercambio cultural y comercial.

La Era de los Descubrimientos y la Nueva Era del Turismo

Con la llegada de la Edad Moderna y la expansión de los imperios europeos, se produjo una explosión en la exploración y el turismo. Los viajes de exploración de Cristóbal Colón, Vasco de Gama y Magallanes no solo abrieron nuevos horizontes geográficos sino que también dieron lugar a una creciente curiosidad por el mundo.

Los viajes se volvieron más accesibles a medida que se desarrollaban las rutas comerciales y los sistemas de transporte, incluyendo ferrocarriles y barcos de vapor. Thomas Cook, en el siglo XIX, es considerado uno de los pioneros en la organización de tours turísticos, lo que marcó el comienzo de la era moderna del turismo. Sus excursiones en tren en el Reino Unido sentaron las bases para el turismo organizado tal como lo conocemos hoy (Ramírez, 1985).

El Turismo en el Siglo XX: Un Viaje a Través de la Modernidad

El siglo XX marcó un período de transformación significativa en la historia del turismo, caracterizado por una rápida expansión y una evolución constante. Durante este período, el turismo se convirtió en una industria globalizada que influyó en la economía, la cultura y la sociedad de muchas naciones. Este ensayo académico explorará detenidamente la historia del turismo en el siglo XX, destacando sus hitos más importantes y analizando su impacto en la sociedad (Muñoz de Escalona, 2004).

Los Inicios del Siglo XX: Turismo de Élite y de Aventura

A principios del siglo XX, el turismo seguía siendo una actividad principalmente reservada para la élite y los aventureros intrépidos. Los viajes transatlánticos en lujosos barcos eran un símbolo de estatus, y destinos exóticos como Egipto, el Lejano Oriente y América del Sur atraían a aquellos que buscaban experiencias únicas (Veldez, 2003).

La expansión de la red ferroviaria en Europa también facilitó los viajes, haciendo que las ciudades y balnearios se volvieran destinos de moda para la burguesía. De manera tal que el turismo comenzó a expandirse a principios del siglo para un sector de la población con un poder adquisitivo de gran relevancia.

El Turismo en Tiempos de Guerra y Cambio Social

Las dos guerras mundiales del siglo XX tuvieron un impacto profundo en el turismo. Durante la Primera Guerra Mundial, el turismo disminuyó drásticamente debido a la inestabilidad política y económica. Sin embargo, después de la guerra, la industria turística resurgió con fuerza, impulsada por el deseo de la sociedad de recuperar la normalidad y disfrutar de la paz.

La Segunda Guerra Mundial, por otro lado, interrumpió aún más el turismo a nivel global. Durante el conflicto, muchos destinos turísticos se convirtieron en zonas de combate o estuvieron bajo ocupación militar. Después de la guerra, el turismo experimentó un auge nuevamente, impulsado por el crecimiento económico de la posguerra y la aparición de una clase media que tenía más tiempo y recursos para viajar (Ramírez, 1985).

La Era Dorada del Turismo: La Posguerra y los Años 60

Diversos autores consideran 1950-1960 como la “Edad Dorada” del turismo. Los avances en la aviación comercial hicieron que los viajes internacionales fueran mas accesibles y asequibles. Las aerolíneas comerciales comenzaron a ofrecer vuelos transatlánticos y vuelos charter a destinos tropicales, lo que permitió que un número cada vez mayor de personas experimentara viajes internacionales (Berger, 2002).

El turismo de masas se convirtió en una realidad, y destinos emblemáticos como París, Nueva York y Venecia se llenaron de visitantes ansiosos por experimentar nuevas culturas y lugares. El surgimiento de paquetes turísticos facilitó la planificación y organización de viajes, lo que contribuyó aún mas al crecimiento de la industria.

Desafíos y Transformaciones en el Turismo del Siglo XX

A medida que el turismo creció, también surgieron desafíos importantes. La congestión en destinos populares se convirtió en un problema, y la degradación ambiental comenzó a amenazar lugares sensibles. Además, hubo preocupaciones sobre la autenticidad cultural y la explotación de comunidades locales en favor del turismo de masas.

Tabla 2. Principales desafíos del turismo en el Siglo XX

Principales desafíos del turismo en el Siglo XX	
1.- Congestión en destinos populares	3.- Degradación ambiental
2.- Apropiación cultural	4.- Explotación de comunidades locales

Fuente: Elaboración propia con base en Ramírez, 1985.

En respuesta a estos desafíos, surgieron movimientos de turismo sostenible y ecoturismo, que abogaban por una gestión responsable de los destinos y un enfoque en la preservación del entorno natural y la promoción de la cultura local.

El siglo XX fue testigo de una transformación espectacular en el turismo, desde sus modestos comienzos como una actividad elitista hasta convertirse en una industria globalizada que afecta a todos los aspectos de la vida moderna. A lo largo de este período, el turismo ha sido impulsado por avances tecnológicos, cambios sociales y económicos, así como desafíos ambientales y culturales (Berger, 2002).

La historia del turismo en el siglo XX es una historia de adaptación y crecimiento constante. A medida que la industria continúa evolucionando en el siglo XXI, es esencial reflexionar sobre su pasado para abordar los desafíos actuales y futuros de manera responsable y sostenible. El turismo seguirá siendo un elemento vital de la experiencia humana, y su historia nos recuerda la importancia de explorar, aprender y apreciar la diversidad de nuestro mundo en constante cambio (Ramírez, 1985).

Particularmente en México comenzó cuando la Administración Pública Federal (APF) que encabezó el Presidente Miguel Alemán Valdés a lo largo de su sexenio (1946-1952) promulgó la primera Ley Federal de Turismo (LFT) en 1949, dándole un gran impulso y difusión internacional de México (Berger, 2002).

Tabla 3. Marco Legislativo para el turismo en México a través de la historia.

Leyes Federales en México	
Nombre de la Ley	Año
1.- Ley Federal de Turismo	1949
2.- Ley Federal de Turismo	1961
3.- Ley Federal de Fomento al Turismo	1974
4.- Ley Federal de Turismo	1980
5.- Ley Federal de Turismo	1984
6.- Ley Federal de Turismo	1992
7.- Ley General de Turismo	2009

Fuente: Elaboración propia con base en Berger, 2002 y Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2023.

En nuestro país hemos contado con cinco Leyes Federales de Turismo (1949, 1961, 1980 y 1984); La ley federal de turismo correspondiente a 1974 recibió el título de Ley Federal de Fomento al Turismo, mientras que la ley que actualmente rige a nuestro país es la Ley General de Turismo, publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en Junio de 2009, que reemplazaba a la publicada en Diciembre de 1992 con el mismo nombre.

A lo largo del tiempo, la estructura gubernamental responsable del turismo en México ha experimentado varias transformaciones. Originalmente, se estableció una Comisión Pro Turismo, seguida por una Dirección General de Población dentro de la Secretaría de Gobernación, un Departamento de Turismo y, finalmente, la actual Secretaría de Turismo (Díaz, 2000).

En 1956, el gobierno federal mexicano optó por dar luz a el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (Fogatur) con el propósito de fortalecer e incrementar la infraestructura turística. En 1958, se definieron las atribuciones del Departamento de Turismo, que dependía directamente del Ejecutivo Federal.

Posteriormente, en 1969, se instauró el Fondo de Promoción e Infraestructura Turística (Infratur). En 1974, Fogatur e Infratur se fusionaron para formar el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), que continúa en operación actualmente.

Ese mismo año, 1974, el Departamento de Turismo fue elevado al rango de Secretaría de Estado, designada como cabeza de sector en 1977 (SECTUR, 2019). En la actualidad, la Secretaría de Turismo es una de las diecinueve secretarías de Estado que, junto con la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal, conforman el gabinete legal del presidente de México (SEGOB, 2019).

La Secretaría de Turismo está encabezada por el Lic. Miguel Torruco Marqués, designado por el actual Presidente, el Lic. Andrés Manuel López Obrador, el primero de diciembre de 2018. Anteriormente, el Lic. Torruco Marqués dirigió la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México de 2012 a 2017, bajo la administración del Lic. Miguel Ángel Mancera Espinosa, quien fungió como Jefe de Gobierno de la Ciudad de México en el periodo 2012-2017 (Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2017).

Tabla 4. Producto Interno Bruto Turístico de México a través de los años

Año	PIB Turístico (millones de pesos)
2011	321,108
2012	386,833
2013	445,406
2014	515,885
2015	590,420
2016	674,195
2017	775,963
2018	856,495
2019	918,584
2020	180,000
2021	250,000
2022	320,000
2023	400,000

Fuente: Elaboración Propia con base en datos del INEGI, 2024

El Producto Interno Bruto (PIB) Turístico es un indicador clave para comprender y evaluar la contribución económica del turismo a nivel nacional. Desde la perspectiva de las políticas públicas de turismo, este indicador adquiere una relevancia especial, ya que proporciona una medida cuantitativa del impacto económico directo del sector turístico en la economía de un país.

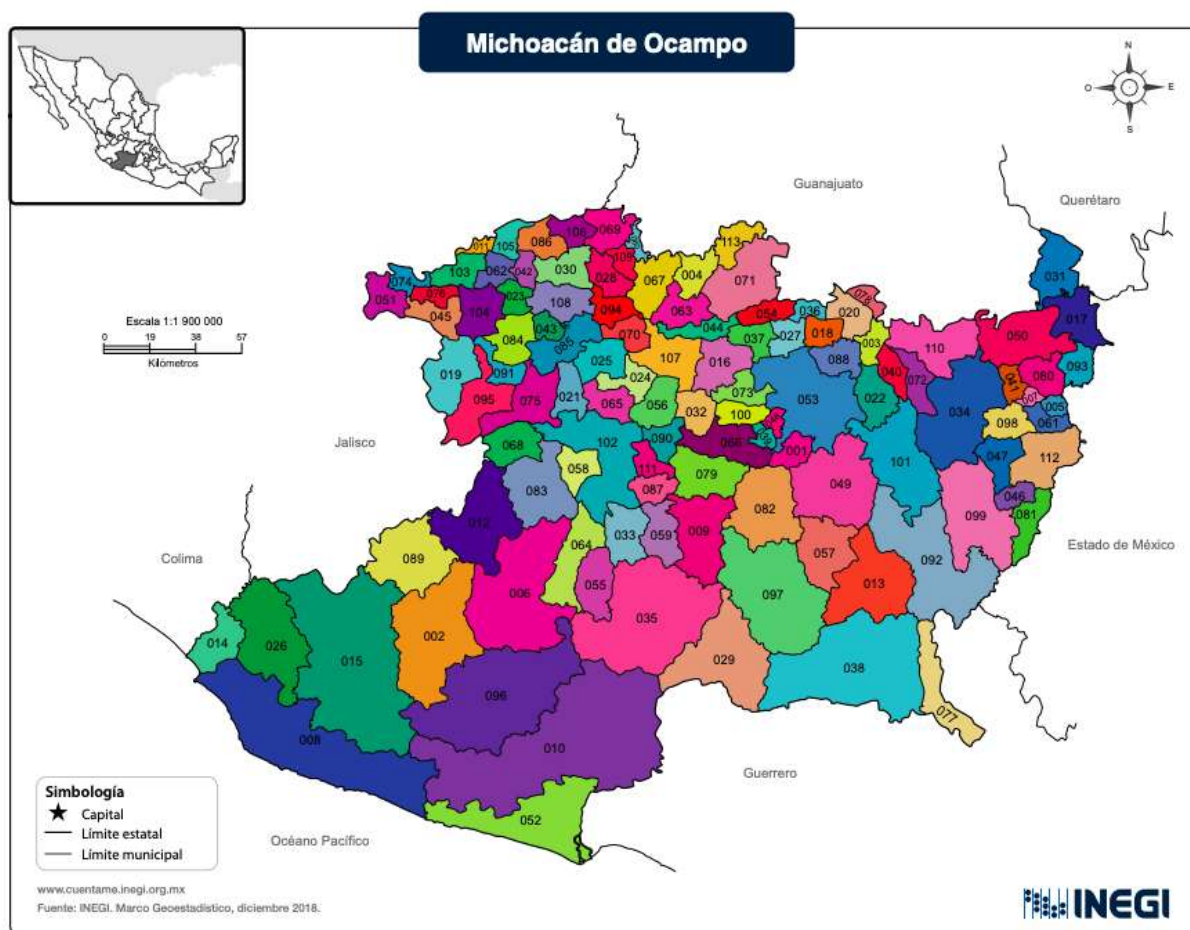
Al analizar el PIB Turístico, los responsables de formular políticas pueden evaluar la efectividad de las estrategias implementadas para promover el turismo y maximizar su contribución al desarrollo económico y social.

En este sentido, el PIB Turístico ofrece una visión integral de la actividad turística, abarcando tanto el gasto de los turistas en bienes y servicios turísticos como la inversión en infraestructura turística.

Esta información es fundamental para identificar áreas de oportunidad y diseñar políticas orientadas a fortalecer la competitividad del destino, mejorar la calidad de los servicios turísticos y diversificar la oferta turística.

Al analizar la evolución del PIB Turístico a lo largo del tiempo, es posible identificar

Figura 1. Mapa con división municipal de Michoacán de Ocampo.



Fuente: Inegi, 2018.

tendencias y patrones que pueden ser de utilidad para la formulación de políticas públicas en el sector turístico. Por ejemplo, un crecimiento sostenido en el PIB Turístico

puede indicar el éxito de las estrategias de promoción turística y la mejora de la infraestructura turística en el país. Por el contrario, una disminución en el PIB Turístico puede ser una señal de alerta que requiere una respuesta rápida y efectiva por parte de las autoridades, especialmente en situaciones de crisis como la pandemia de COVID-19.

Además de su importancia como indicador económico, el PIB Turístico también puede ser utilizado para evaluar el impacto social y ambiental del turismo. Por ejemplo, un aumento en el PIB Turístico puede estar asociado con la creación de empleo en el sector turístico y la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales. Sin embargo, también es importante tener en cuenta los posibles impactos negativos del turismo, como la congestión, la contaminación y la pérdida de patrimonio cultural y natural.

Concretamente, el análisis del PIB Turístico desde una perspectiva de políticas públicas permite a los responsables de formular políticas comprender mejor el papel del turismo en la economía y la sociedad, identificar áreas de oportunidad y diseñar estrategias para impulsar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible del sector turístico.

Tabla 5. Programas de Turismo en México

RAMO	UNIDAD RESPONSABLE	PROGRAMA PRESUPUESTARIO	MODALIDAD	CLAVE	DESEMPEÑO
21-Turismo	Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Mantenimiento de infraestructura	K-Proyectos de Inversión	27	 Alto
21-Turismo	Dirección General de Gestión Social de Destinos	Desarrollo y promoción de proyectos turísticos sustentables	F-Promoción y fomento	5	 Medio
21-Turismo	Dirección General de Promoción y Asuntos Internacionales	Promoción de México como Destino Turístico	F-Promoción y fomento	1	 Alto
21-Turismo	Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno	O-Apoyo a la función pública y al mejoramiento de la gestión	1	No Aplica
21-Turismo	Dirección General de Asuntos Jurídicos	Planeación y conducción de la política de turismo	P-Planeación, seguimiento y evaluación de políticas públicas	1	 Medio
21-Turismo	Dirección General de Profesionalización y Competitividad Turística	Impulso a la competitividad del sector turismo	P-Planeación, seguimiento y evaluación de políticas públicas	2	 Alto
21-Turismo	Unidad de Administración y Finanzas	Actividades de apoyo administrativo	M-Apoyo al proceso presupuestario y para mejorar la eficiencia institucional	1	No Aplica
21-Turismo	Dirección General de Certificación Turística	Regulación y certificación de estándares de calidad turística	G-Regulación y supervisión	1	 Alto
21-Turismo	Dirección General de Servicios al Turista Ángeles Verdes	Programa de Calidad y Atención Integral al Turismo	E-Prestación de Servicios Públicos	5	 Alto
21-Turismo	FONATUR Infraestructura, S.A. de C.V.	Conservación y mantenimiento a los CIP's	E-Prestación de Servicios Públicos	7	 Medio
21-Turismo	FONATUR Tren Maya, S.A. de C.V.	Proyectos de Transporte Masivo de Pasajeros	K-Proyectos de Inversión	41	 Bajo
21-Turismo	Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Fomento y promoción de la inversión en el sector turístico	F-Promoción y fomento	2	 Alto

Fuente: Elaboración Propia con base en los datos de la plataforma Transparencia Presupuestaria de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2024)

De acuerdo con la plataforma Transparencia Presupuestaria de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2024), existen actualmente 12 Programas Presupuestarios en México con enfoque en turismo, de los cuales 10 han tenido evaluación de desempeño. De ellos, 6 han sido evaluados con un desempeño Alto, los siguientes 3 han tenido un desempeño Medio y solamente uno de ellos ha sido evaluado con un desempeño Malo.

En relación con la modalidad, que permite discernir el carácter de los productos y servicios provistos por cada programa presupuestario o la especificidad de su actividad, se constata que 2 de los programas se encuentran clasificados bajo la categoría de "E - Prestación de Servicios Públicos", mientras que 3 más se adscriben a la modalidad "F - Promoción y Fomento". Asimismo, se identifica 1 programa con la modalidad "G - Regulación y Supervisión", 2 más bajo la modalidad "K - Proyectos de Inversión", y 1 programa adicional bajo la clasificación "M - Apoyo al proceso presupuestario y para mejorar la eficiencia institucional". Del mismo modo, se observa que 1 programa se inscribe en la modalidad "O - Apoyo a la función pública y al mejoramiento de la gestión". Finalmente, los 2 programas restantes de la lista se ubican en la categoría "P - Planeación, seguimiento y evaluación de políticas públicas".

En total, como presupuesto aprobado se asignaron más de 145,491 millones de pesos, de los cuales, la gran mayoría fue destinado a un programa presupuestario en específico, el programa "Proyectos de Transporte Masivo de Pasajeros", que tiene como responsable a 2 unidades (**W3N** Fondo Nacional de Fomento al Turismo y **W3X** FONATUR Tren Maya, S.A. de C.V.), con un presupuesto aprobado de 143,073 millones de pesos.

Cabe destacar, que el único programa que resultó con una evaluación de desempeño Baja fue precisamente este programa, dato fundamental de mencionar ya que el proyecto tiene cerca del 99% del presupuesto destinado a programas de turismo en México.

Michoacán de Ocampo es uno de los 32 estados que conforman la República Mexicana, está conformado por 113 municipios, mismos que se pueden apreciar en la Figura 2, y cuenta con una población total de 4,748,846 habitantes, que representan el 3.8% del total de la población nacional. Además, tiene una distribución poblacional de 71% urbana y 29% rural. La distribución poblacional a nivel nacional es de 79% y 21%, respectivamente (INEGI, 2020).

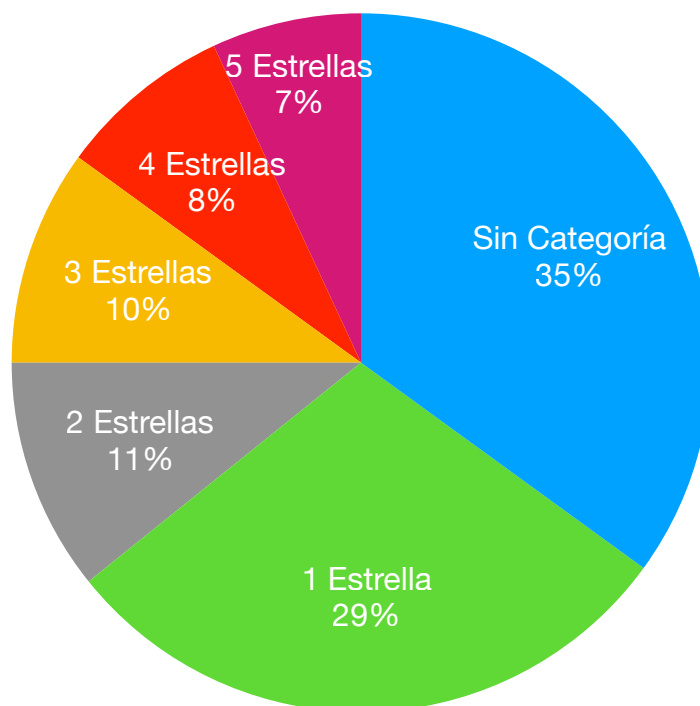
Figura 2. Listado de los municipios de Michoacán de Ocampo

Michoacán de Ocampo		
Municipios:		
1 Acuitzio	39 Huiramba	77 San Lucas
2 Aguililla	40 Indaparapeo	78 Santa Ana Maya
3 Álvaro Obregón	41 Irimbo	79 Salvador Escalante
4 Angamacutiro	42 Ixtlán	80 Senguio
5 Angangueo	43 Jacona	81 Susupuato
6 Apatzingán	44 Jiménez	82 Tacámbaro
7 Aporo	45 Jiquilpan	83 Tancitaro
8 Aquila	46 Juárez	84 Tangamandapio
9 Ario	47 Jungapeo	85 Tangancicuaro
10 Arteaga	48 Lagunillas	86 Tanhuato
11 Briseñas	49 Madero	87 Taretan
12 Buenavista	50 Maravatío	88 Tarímbaro
13 Carácuaro	51 Marcos Castellanos	89 Tepalcatepec
14 Coahuayana	52 Lázaro Cárdenas	90 Tingambato
15 Coalcomán de Vázquez Palleares	53 Morelia	91 Tingüindín
16 Coeneo	54 Morelos	92 Tiquicheo de Nicolás Romero
17 Contepec	55 Múgica	93 Tlalpujahua
18 Copándaro	56 Nahuatzen	94 Tlazazalca
19 Cotija	57 Nocupétaro	95 Tocuambo
20 Cuitzeo	58 Nuevo Parangaricutiro	96 Tumbiscatio
21 Charapan	59 Nuevo Urecho	97 Turicato
22 Charo	60 Numarán	98 Tuxpan
23 Chavinda	61 Ocampo	99 Tuzantla
24 Cherán	62 Pajacuarán	100 Tzintzuntzan
25 Chilchota	63 Panindícuaro	101 Tzitzio
26 Chinicula	64 Parácuaro	102 Uruapan
27 Chucándiro	65 Paracho	103 Venustiano Carranza
28 Churintzio	66 Pátzcuaro	104 Villamar
29 Churumuco	67 Penjamillo	105 Vista Hermosa
30 Ecuandureo	68 Peribán	106 Yurécuaro
31 Epitacio Huerta	69 La Piedad	107 Zacapu
32 Erongarícuaro	70 Purépero	108 Zamora
33 Gabriel Zamora	71 Puruándiro	109 Zináparo
34 Hidalgo	72 Queréndaro	110 Zinapécuaro
35 La Huacana	73 Quiroga	111 Ziracuaretiro
36 Huandacareo	74 Cojumatlán de Régules	112 Zitácuaro
37 Huaniqueo	75 Los Reyes	113 José Sixto Verduzco
38 Huetamo	76 Sahuayo	

Fuente: Inegi, 2018.

De acuerdo con el Compendio Estadístico del Turismo en México, en su edición 2021, Michoacán cuenta con 722 hoteles (se considera la oferta de 1 a 5 estrellas, además de los que están sin categoría), se puede apreciar su conformación en la gráfica 1. En total se tienen 18, 201 habitaciones en dichos hoteles, que conforman la oferta habitacional del Estado (SECTUR, 2021).

Gráfica 1. Oferta Hotelera de Michoacán



Fuente: Elaboración propia con base en Sector, 2021

Michoacán cuenta con 10 pueblos mágicos, los que serán mencionados a continuación y estarán acompañados por una breve descripción indexada por la Secretaría de Turismo en el Compendio Estadístico del Turismo en México de su edición 2021 (SECTUR 2021).

Tabla 4. Pueblos mágicos del estado de Michoacán de Ocampo

Pueblos Mágicos del estado de Michoacán de Ocampo	
Pátzcuaro	Jiquilpan
Tlalpujahua de Rayón	Tacámbaro
Cuitzeo del Porvenir	Tzintzuntzan
Santa Clara del Cobre	Paracho
Mineral de Angangueo	Cotija

Fuente: Elaboración propia con base en Sector, 2023

Pátzcuaro, un municipio que se sumó al programa turístico de Pueblos Mágicos en el año 2002, encarna una rica historia que se remonta a la época de los purépechas, una de las culturas prehispánicas más destacadas de Mesoamérica. En las profundidades de su legado cultural, se encuentra un importante centro ceremonial que se erigió en este lugar por parte de los purépechas. Este centro ceremonial, fundado por Curátame en el año 1324 y posteriormente gobernado por Tariácuri a principios de 1372, desempeñó un papel crucial en la vida religiosa y espiritual de esta civilización milenaria.

El nombre "Pátzcuaro" lleva consigo un significado profundo: "la puerta del cielo". Este apelativo revela la creencia arraigada entre los purépechas de que este sitio era el lugar donde los dioses ascendían y descendían, estableciendo una conexión sagrada entre el cielo y la tierra. Considerado como uno de los principales centros religiosos de los purépechas, Pátzcuaro ocupó un lugar destacado en la cosmovisión de esta civilización antigua, que floreció alrededor del año 1300 d.C. bajo el dominio de los tarascos, como también se les conocía. El hecho de que Pátzcuaro haya sido una de las primeras ciudades fundadas por los purépechas atestigua su importancia histórica y su legado perdurable en la región (Sectur, 2021).

Tlalpujahua de Rayón, el segundo municipio michoacano en unirse al programa de Pueblos Mágicos en el año 2005, es una localidad que lleva consigo una rica historia y una identidad cultural arraigada. Su nombre, de origen náhuatl, se compone de "tlalli" que significa tierra, y "poxohuac", que se interpreta como esponja o fofa. Esta combinación lingüística evoca la imagen de una tierra de características especiales, posiblemente relacionada con el tezontle o alguna otra peculiaridad geológica presente en la región, lo que le otorga a la localidad un significado distintivo y pintoresco.

La arquitectura de Tlalpujahua de Rayón es un fiel reflejo de su pasado colonial y minero. Sus casonas, con sus balcones y detalles virreinales, constituyen un testimonio tangible de la historia y la cultura que se ha desarrollado en este lugar a lo largo de los siglos. Además, la localidad destaca por su pasado minero, que ha dejado una huella indeleble en su perfil y su identidad. En particular, el Campo del Gallo, designado como Parque Nacional Rayón en 1952, tiene un significado especial en la historia de

Tlalpujahua de Rayón. Fue aquí donde los hermanos Rayón establecieron su cuartel general, marcando un capítulo importante en la historia del municipio y contribuyendo a su patrimonio cultural y natural (Sectur, 2021).

Cuitzeo del Porvenir, el tercer municipio michoacano en unirse al programa turístico de Pueblos Mágicos en el año 2006, es un lugar de gran relevancia histórica y cultural que ha dejado una profunda huella en la historia de la región. Desde tiempos antiguos, Cuitzeo ha sido un importante centro cultural que ha sido influenciado por diversas culturas vecinas, entre las que destacan la Chupícuaro, la teotihuacana y la tolteca, así como la purépecha.

En sus orígenes, Cuitzeo formaba parte de los pueblos sometidos por el imperio tarasco. Sin embargo, su importancia creció con el paso del tiempo y, en el año 1861, la cabecera municipal fue renombrada como "Villa de Cuitzeo del Porvenir", marcando un nuevo capítulo en su historia. El lago local, en particular, desempeñó un papel significativo en el desarrollo de la comunidad, ya que los purépechas establecieron allí un centro funerario prehispánico. Con el tiempo, este asentamiento evolucionó hasta convertirse en el pintoresco pueblo de Cuitzeo del Porvenir, conocido por su singular fisonomía y su rica herencia cultural (Sectur, 2021).

Santa Clara del Cobre, el cuarto municipio en integrarse al programa Pueblos Mágicos en el año 2010, es un lugar que celebra y preserva una rica tradición artesanal que se remonta a tiempos prehispánicos. Este pintoresco pueblo rinde homenaje a su valiosa herencia cultural y al papel central que desempeña el trabajo del cobre en su comunidad. Fundado oficialmente en el año 1553 bajo el nombre de Santa Clara de los Cobres, este pueblo ha sido un importante centro de actividad metalúrgica desde tiempos ancestrales.

La tradición de trabajar el cobre se ha transmitido de generación en generación en Santa Clara del Cobre, y hoy en día todos los habitantes participan de alguna manera en esta actividad artesanal que ha definido la identidad del municipio.

Desde antes de la llegada de los colonizadores españoles, los pobladores de la región ya poseían habilidades para fundir metales, y esta tradición ha perdurado a lo largo de los siglos como un símbolo de la destreza y creatividad de la comunidad local (Sectur, 2021).

Mineral de Angangueo, el quinto municipio en sumarse al programa Pueblos Mágicos en el año 2012, es un tesoro histórico y natural que encarna las características únicas de su entorno geográfico. Con raíces profundas en la cultura purépecha, este pueblo adquiere su nombre de una serie de significados que reflejan su ubicación y sus rasgos distintivos. Traducido al español, Angangueo puede interpretarse como "pueblo entre montañas", "a la entrada de la cueva", "cosa muy alta" o "dentro del bosque", lo que subraya la conexión íntima entre la comunidad y su entorno natural.

Situado en el eje volcánico transversal, Mineral de Angangueo es conocido por su ilustre pasado como centro minero, que ha dejado una huella indeleble en su paisaje y su identidad cultural. Además de su legado minero, el municipio destaca como uno de los santuarios más prestigiosos para la mariposa monarca, que visita las tierras mexicanas cada año para adornar los cielos azules con su característico tono anaranjado. Este fenómeno natural es un espectáculo impresionante que atrae a visitantes de todo el mundo y resalta la importancia de preservar los ecosistemas únicos de la región (Sectur, 2021).

Jiquilpan, el sexto municipio michoacano en ser incluido en el programa Pueblos Mágicos en 2012, se distingue por su encantador sobrenombre de "la ciudad de las jacarandas". Este apelativo refleja la riqueza de su paisaje urbano, adornado con plazas, templos, jardines y puentes que contribuyen a crear un ambiente pueblerino pintoresco y acogedor. A diferencia de otros destinos turísticos que pueden destacar por monumentos específicos, Jiquilpan cautiva por la armonía y la belleza de su conjunto urbano, que invita a pasear y explorar sus encantos en cada esquina.

Además de su atractivo arquitectónico y paisajístico, Jiquilpan es célebre por ser el lugar de nacimiento de una figura histórica de gran relevancia en México: Lázaro Cárdenas del Río. Nacido en este pintoresco pueblo en el año 1895, Cárdenas es

recordado por su destacado desempeño como Gobernador de Michoacán y Presidente de la República de México, un cargo que ocupó de 1934 a 1940. Su legado político y su contribución al desarrollo del país lo han convertido en una figura emblemática de la historia mexicana. El nombre de Jiquilpan, de origen náhuatl, evoca la herencia cultural de la región, ya que significa "lugar de añil", un tributo a la historia y la identidad arraigadas en esta tierra (Sectur, 2021).

Tacámbaro, el séptimo municipio en unirse al programa de Pueblos Mágicos en 2012, destaca por su sobrenombre de "Ciudad heroica", un título que se remonta a un evento histórico trascendental. El 11 de abril de 1865, las fuerzas comandadas por el general Nicolás de Régules llevaron a cabo una victoria decisiva sobre los soldados belgas, quienes habían llegado en apoyo del ejército francés durante la intervención francesa en México.

El nombre de Tacámbaro tiene sus raíces en la naturaleza local, derivando de la palabra "tacamba", que hace referencia a una especie de palma de izote que abundaba en la zona. Por lo tanto, el significado literal del nombre se interpreta como "lugar de palmeras". Además de su destacado papel en la historia militar de México, Tacámbaro ha sido honrada como la capital del estado de Michoacán en dos ocasiones, primero en 1865 y luego en 1915, lo que subraya su importancia histórica y su legado en el contexto estatal y nacional (Sectur, 2021).

Tzintzuntzan, integrado al programa Pueblos Mágicos en el año 2012, encierra en su nombre el significado evocador de "lugar de colibríes", un tributo poético a su rica biodiversidad y a la conexión espiritual con la naturaleza. Durante la era prehispánica, este enclave fue una de las capitales más importantes del imperio purépecha, donde florecieron su cultura, su lengua y sus tradiciones arraigadas. Inmerso en un ambiente de preservación cultural, Tzintzuntzan conserva vivas muchas de estas prácticas ancestrales, desde la vibrante danza de los palotereros hasta el conmovedor ritual de velación que se lleva a cabo en el panteón durante el Día de Muertos, donde se honra a los antepasados con devoción y solemnidad.

La ciudad, parte integral de la liga tarasca, alcanzó su apogeo durante el Periodo Clásico, alrededor del año 1200 d.C., cuando se erigió como un centro de gobierno de gran magnitud. En este periodo glorioso, Tzintzuntzan albergaba la residencia del "calzontzin", término que en español se traduce como rey, ejerciendo así un liderazgo político y cultural que dejó una huella indeleble en la historia de la región. Desde entonces, Tzintzuntzan ha sido un testimonio vivo del esplendor y la grandeza de la civilización purépecha, manteniendo viva su herencia y legado para las generaciones presentes y futuras (Sectur, 2021).

Paracho, integrado al programa Pueblos Mágicos en el año 2020, se erige como un enclave cultural y musical de renombre mundial, ostentando el título honorífico de la Capital Mundial de la Guitarra. Este pintoresco pueblo enclavado en el corazón de la meseta purépecha es escenario de dos eventos de gran trascendencia: el Festival Internacional de la Guitarra y la Feria de la Guitarra, los cuales atraen a músicos, artesanos y amantes de la música de todo el mundo.

Al pasear por las pintorescas calles de Paracho de Verduzco, uno se sumerge en un ambiente impregnado de historia y tradición. El eco de los violines se entremezcla con las melodías de las pirekuas, mientras los aromas tentadores de la cocina tradicional invitan a degustar exquisitos platillos como los uchepos, las corundas o las atapakuas, deleitando los sentidos con sabores ancestrales y auténticos. Pero quizás lo más cautivador sea presenciar el arte de la transformación, donde la madera cobra vida en las habilidosas manos de artesanos locales, quienes la moldean y tallan con maestría para crear las legendarias guitarras de Paracho, instrumentos que son mucho más que simples objetos musicales, son testigos de una tradición centenaria y de la pasión de un pueblo por la música (Sectur, 2021).

Cotija, el nuevo integrante del selecto grupo de Pueblos Mágicos desde el año 2023, se encuentra ubicado en el pintoresco Occidente de Michoacán, en las proximidades del estado vecino de Jalisco. Este encantador pueblo evoca no solo paisajes pintorescos y tradiciones arraigadas, sino también el sabor distintivo de su producto más emblemático: el queso Cotija. Este queso sólido y salado, que lleva el nombre de la localidad, ha alcanzado renombre mundial gracias a su calidad excepcional,

alcanzando el punto culminante de su reconocimiento en el año 2006 al obtener el codiciado primer lugar en la categoría de Mejor Queso Extranjero en el prestigioso Campeonato Mundial de Quesos celebrado en Cremona, Italia.

La historia de Cotija está entrelazada con la tradición quesera que se remonta a generaciones atrás, donde la maestría artesanal de los habitantes locales ha dado vida a este tesoro culinario. Además de su renombrado queso, Cotija ofrece a los visitantes un deleite para los sentidos, desde sus calles empedradas y plazas tranquilas hasta su rica oferta gastronómica, donde los aromas tentadores y los sabores auténticos capturan la esencia misma de la cocina tradicional mexicana. Sumergirse en la atmósfera acogedora de Cotija es descubrir un rincón lleno de historia, cultura y, por supuesto, delicioso queso que deleita los paladares más exigentes, convirtiendo cada visita en una experiencia inolvidable.

En el entramado complejo de la sociedad mexicana, el turismo se erige como un eje fundamental, cuya influencia trasciende múltiples aspectos de la vida nacional. Más allá de ser simplemente una actividad económica, el turismo emerge como un motor de desarrollo que penetra en los ámbitos económicos, culturales y sociales de México, moldeando su identidad y dejando una huella profunda en su tejido social.

En términos económicos, el turismo no solo representa una importante fuente de ingresos, sino que también funciona como un catalizador del crecimiento económico y la creación de empleo en diversas regiones del país. Desde las playas paradisíacas hasta los pueblos pintorescos y las ciudades cosmopolitas, el turismo genera una amplia gama de oportunidades de empleo en sectores como la hostelería, la gastronomía, el transporte y las actividades recreativas, contribuyendo así al bienestar y la prosperidad de las comunidades locales.

Sin embargo, el valor del turismo no se limita a su impacto económico; también desempeña un papel fundamental en la preservación y promoción de la rica diversidad cultural de México. Los sitios arqueológicos, los festivales folclóricos, las tradiciones culinarias y las artesanías autóctonas son solo algunas de las manifestaciones de la riqueza cultural mexicana que atraen a visitantes de todo el mundo.

Este intercambio cultural enriquecedor no solo fortalece el orgullo y la identidad de las comunidades locales, sino que también promueve la comprensión intercultural y el respeto mutuo entre diferentes grupos étnicos y culturales.

Además, la geografía diversa y exuberante de México, que abarca desde desiertos áridos hasta selvas tropicales y picos nevados, ofrece un escenario incomparable para la aventura y la exploración. Esta variedad de paisajes naturales y ecosistemas únicos convierte a México en un destino turístico versátil y emocionante, capaz de satisfacer los intereses y las preferencias de viajeros de todas las edades y gustos.

Por último, el turismo desempeña un papel crucial en la proyección de la imagen internacional de México como un destino acogedor, hospitalario y lleno de belleza y diversidad. A través de campañas de promoción y eventos turísticos internacionales, México logra captar la atención y el interés de millones de viajeros de todo el mundo, consolidando su posición como uno de los destinos turísticos más populares y buscados a nivel global.

En conclusión, el turismo no solo representa una fuente vital de ingresos y desarrollo económico para México, sino también una herramienta poderosa para la promoción de su vasta riqueza cultural y natural, así como un medio para fomentar el entendimiento global y la cooperación internacional. En un mundo cada vez más interconectado, el turismo emerge como un puente que une a las personas, las culturas y los países, celebrando la diversidad y enriqueciendo la experiencia humana en todas sus facetas.

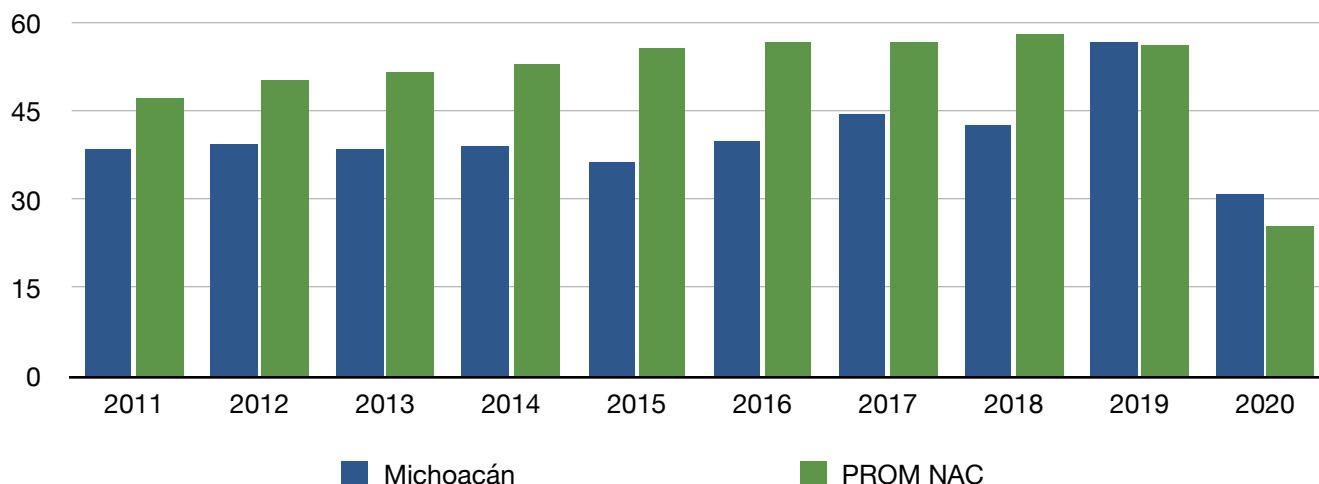
1. PROBLEMA

i) Situación Problemática

De acuerdo con cifras de la Secretaría de Turismo a través de su portal DataTur, Michoacán es uno de los estados con mayor riqueza cultural, gastronómica e histórica, destacándolo como un gran destino para ser visitado en nuestro país. Por su parte, la revista digital México Desconocido, posiciona al estado de Michoacán como la entidad federativa #11 en su lista de los estados más visitados en México (México Desconocido, 2019).

Sin embargo, podemos observar una situación muy particular al momento de revisar los datos estadísticos del porcentaje de ocupación en la capacidad hotelera que tienen las diferentes entidades federativas, particularmente la de el Estado de Michoacán de Ocampo. Se destaca la tasa de ocupación por entidad federativa y también nos encontramos con un promedio nacional, el cual está por encima de la tasa que tiene Michoacán desde 2011 hasta el 2019.

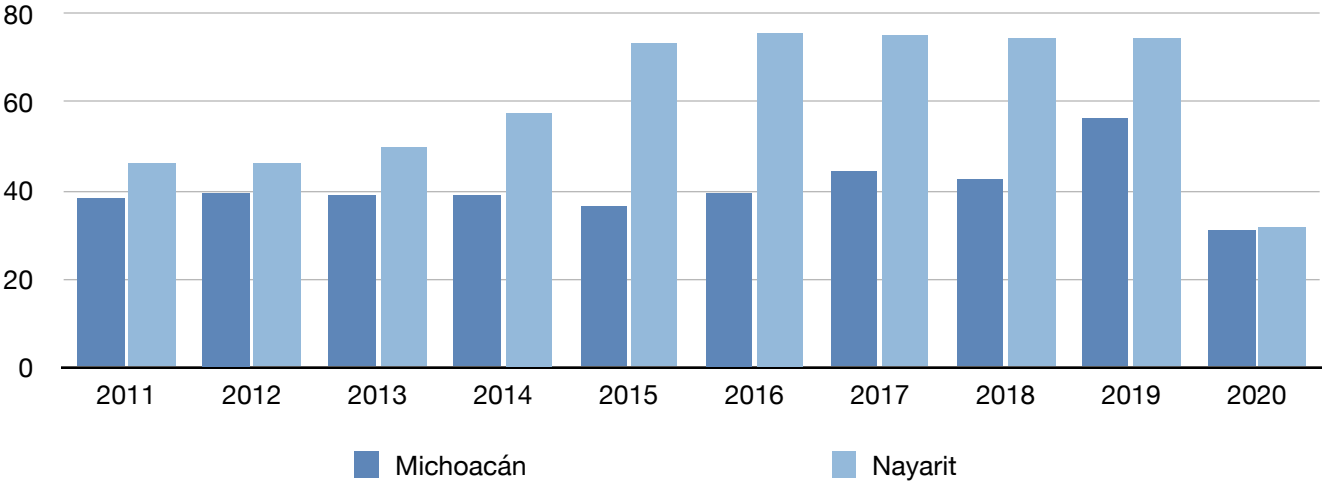
Gráfica 2. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al Promedio Nacional



Fuente: Elaboración Propia con Datos de la Secretaria de Turismo, 2022

Realizando una comparativa con respecto a otros estados de la misma región, nos damos cuenta que Michoacán se encuentra por debajo de la mayoría en casi todos los años (2011-2020), si bien podemos observar que durante el inicio de la pandemia mundial por COVID-19 en el año de 2020 se encuentra por encima del promedio nacional, vemos que la tendencia es hacia un crecimiento menor que la mayoría de sus

Gráfica 3. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Nayarit

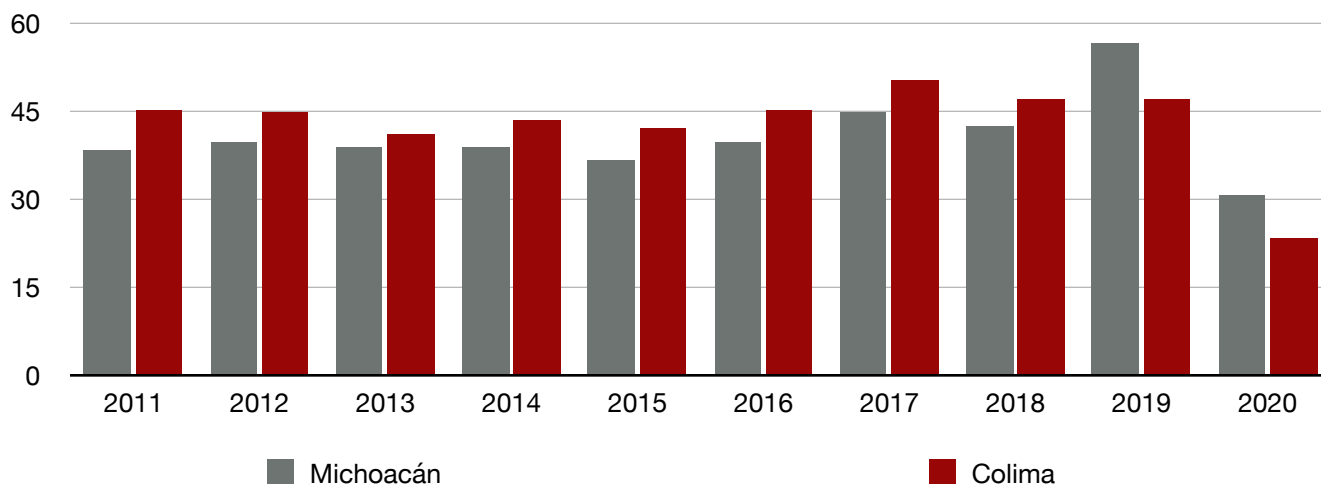


Fuente: Elaboración Propia con Datos de la Secretaría de Turismo, 2022

estados contiguos.

En el caso concreto del Estado de Nayarit, podemos percibir una tendencia a la alza con un ligero estancamiento durante los últimos años previos a la pandemia, en el comparativo del estado de Michoacán, vemos que si bien también existe una tendencia a la alza, dicha tendencia está por debajo de la que presenta el estado de Nayarit.

Gráfica 4. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Colima

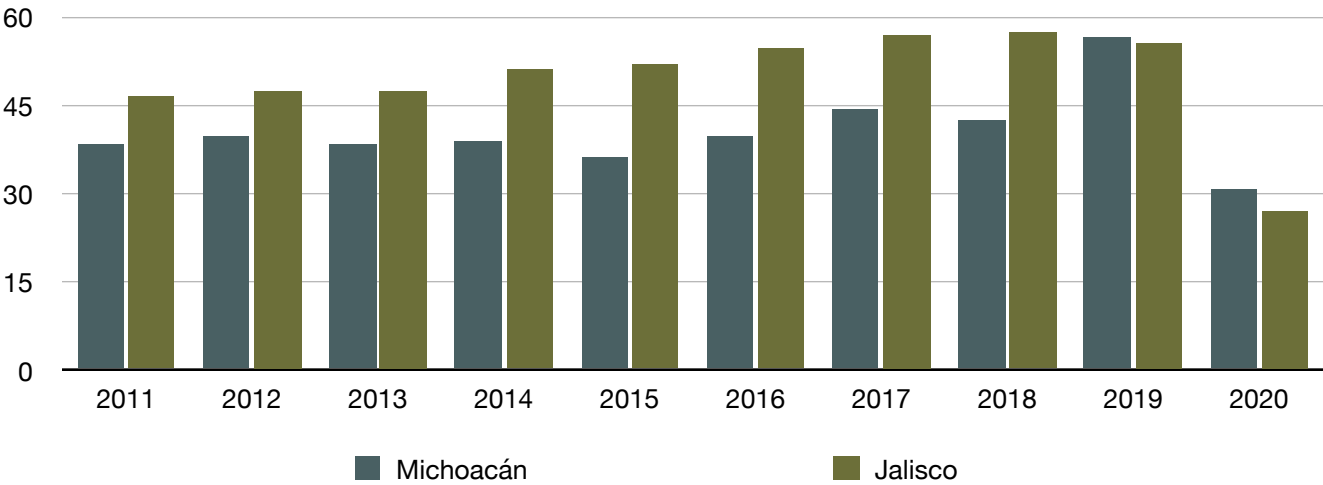


Fuente: Elaboración Propia con Datos de la Secretaría de Turismo, 2022

En nuestra tercer gráfica comparativa nos encontramos con un contraste de ocupación hotelera entre Michoacán de Ocampo y el estado de Colima, donde podemos observar que si bien la tasa de ocupación es relativamente similar, hay una ligera diferencia que posiciona al estado de Colima por encima, probando ser un destino con mayor ocupación hotelera.

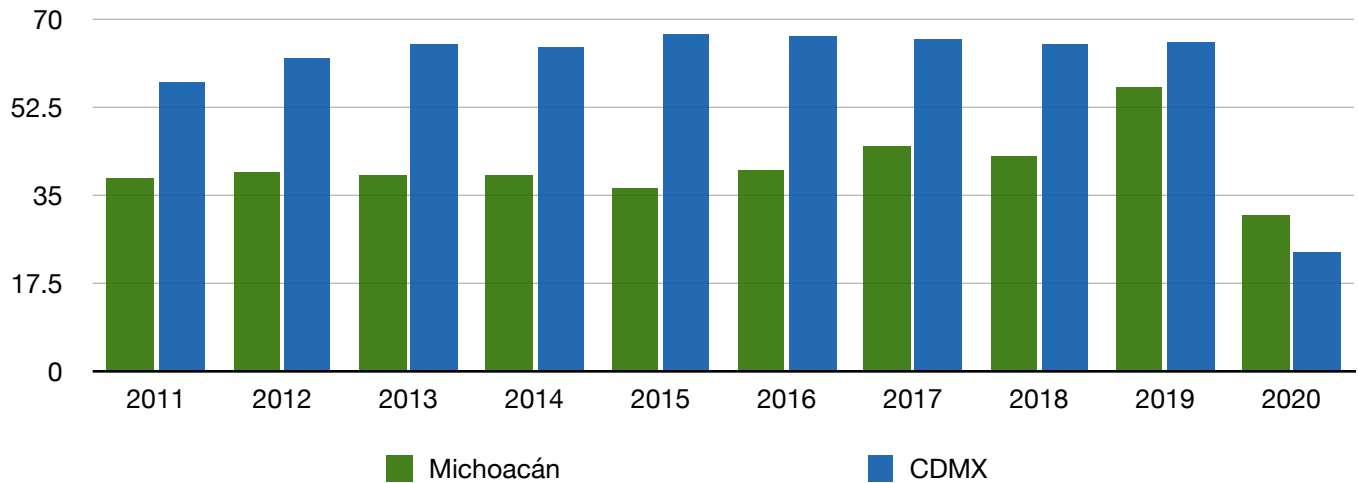
Con respecto al comparativo que tenemos contra el estado de Jalisco percibimos una situación similar, sin embargo, en este caso la diferencia está más marcada, demostrándonos que Jalisco es uno de los estados con mayor ocupación hotelera de la región.

Gráfica 5. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Jalisco



Fuente: Elaboración Propia con Datos de la Secretaria de Turismo, 2022

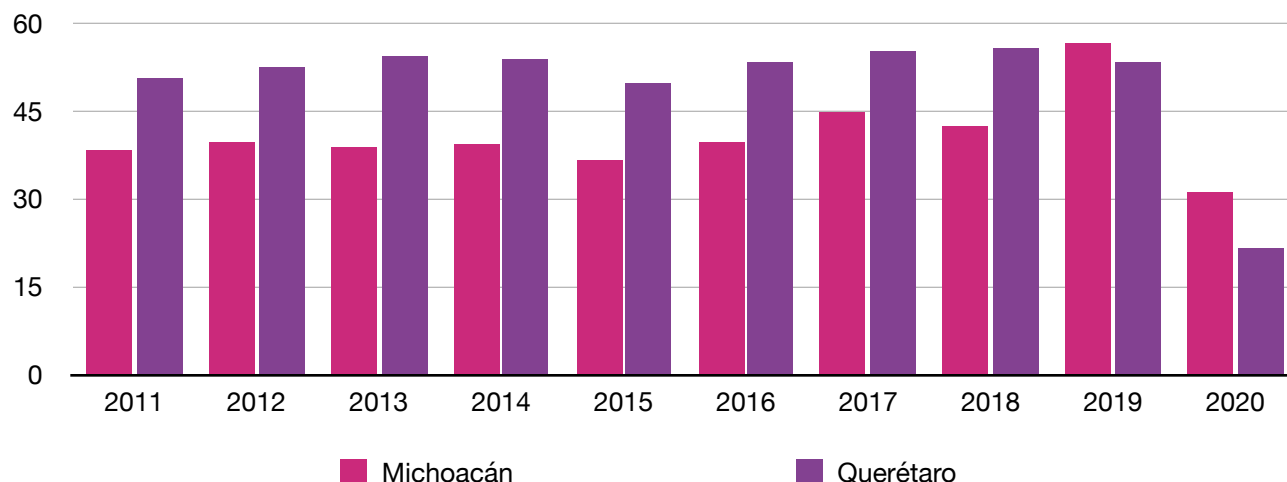
Gráfica 6. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto a la Ciudad de México



Fuente: Elaboración Propia con Datos de la Secretaría de Turismo, 2022

Cuando pasamos a la gráfica comparativa entre la Ciudad de México y el estado de Michoacán, percibimos una enorme diferencia en la tasa de ocupación de ambos estados. Si bien ambos estados presentan una tendencia que podríamos generalizar como a la alza, la diferencia es bastante considerable, tomando en cuenta que es la capital de nuestro país podríamos suponer que la diferencia sería tal y como la vemos en el comparativo.

Gráfica 7. Porcentaje de Ocupación Hotelera en Michoacán con respecto al estado de Querétaro



Fuente: Elaboración Propia con Datos de la Secretaria de Turismo, 2022

En el caso de la ultima grafica presentada en este apartado, tratamos el comparativo entre el estado de Querétaro y Michoacán de Ocampo, similar a los casos que hemos tratado en gráficas anteriores, podemos destacar que el estado de Michoacán presenta una tasa menor de ocupación hotelera en comparación con los estados contiguos, de lo cual podemos asumir que si bien el estado de Michoacán tiene una tendencia a aumentar su tasa de ocupación hotelera, ésta no se encuentra con el crecimiento idóneo que presentan las demás regiones de nuestro país, por lo que sería importante desarrollar una política pública que permita atraer más turistas y por consiguiente aumentar la tasa de ocupación hotelera, dando así un impulso al desarrollo económico de el estado de Michoacán de Ocampo.

ii) Planteamiento del Problema

Hernández-Sampieri (2022), determina que un planteamiento del problema debe abordar principalmente el ajustar y detallar de manera más formal una idea de investigación. Por su parte, Kerlinger y Lee (2002) consideran que dentro de la investigación se debe tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Es fundamental expresar una relación entre dos o más conceptos o variables en el problema.
- Formular a manera de pregunta, con claridad y sin contener ambigüedad.
- El planteamiento del problema debe implicar una posibilidad de realizar una prueba empírica, mas concretamente, la factibilidad se deberá observar en la “realidad única y objetiva”.

Problema de Investigación: Poca asistencia de turistas hacia el estado de Michoacán

En ese sentido, es imprescindible definir el problema de la investigación con la siguiente pregunta:

¿Qué factores influyen en la asistencia de turistas nacionales hacia el estado de Michoacán?

La pregunta anterior comprende el problema de investigación de forma integral al que se enfrenta el presente trabajo de investigación, por consiguiente, se definirán los objetivos para su desarrollo, estableciendo una hipótesis como fundamento para interpretar la realidad. Además, se implementará un método adecuado para obtener el conocimiento necesario y proporcionar una respuesta a la pregunta formulada.

2. Objetivo

Soriano (2022) sugiere que establecer objetivos es fundamental al realizar cualquier estudio científico, ya que estos objetivos actúan como puntos de referencia que guían el desarrollo de la investigación y orientan todos los esfuerzos hacia su logro.

Concretamente, el objetivo de esta investigación es:

Identificar que factores influyen en la asistencia de turistas nacionales hacia el estado de Michoacán.

Esto con el fin de hacer una propuesta de política pública que nos permita impulsar y fortalecer dicho sector.

3. Hipótesis

Ávila (2016) define el término hipótesis como una respuesta probable y de carácter tentativo a un problema de investigación, la cual es susceptible de verificación empírica. Además, la hipótesis debe expresar la relación entre dos o más variables que pueden ser medidas. Para que una hipótesis sea considerada bien planteada, debe ser contrastable empíricamente.

La hipótesis de la presente investigación es:

Los factores que influyen en la asistencia de turistas nacionales hacia el estado de Michoacán son el gasto de gobierno en políticas turísticas y el precio en los servicios turísticos.

Se pueden plantear las siguientes variables:

VD: Asistencia de turistas nacionales hacia el estado de Michoacán

VI: Gasto del gobierno en políticas turísticas

VI: Precio en los servicios turísticos

4. Justificación

El sector del turismo se ha convertido en uno de los más importantes para el ser humano, no solamente en México, sino también en la economía mundial, volviéndose un desarrollador que aporta un crecimiento económico, al grado en que ha superado el nivel de aporte económico al Producto Interno Bruto de actividades básicas como lo son la pesca, la agricultura e incluso la minería (INEGI, 2023).

A través de la presente investigación se busca identificar qué factores influyen en la asistencia de turistas hacia el estado de Michoacán, con el fin de hacer una propuesta de política pública que nos permita impulsar y fortalecer el sector turístico, incrementando así la afluencia que se tiene en el estado.

El estado de Michoacán de Ocampo se ha caracterizado por ser un estandarte de cultura y turismo, tanto por sus sitios históricos como por sus grandes tradiciones. El municipio de Pátzcuaro y sus alrededores han ganado distinción nacional e internacional por la tradición del día de muertos que se realiza año con año a inicios del mes de noviembre.

A pesar de ser un sector tan importante para nuestra sociedad, aún no existen los suficientes trabajos de investigación que nos permitan entender el comportamiento de los turistas y los factores que influyen en la asistencia, por su parte encontramos información insuficiente sobre el porque un sitio turístico se vuelve más visitado, por lo que la presente investigación busca aportar más a la profesionalización y formalización del sector.

Podemos encontrar que los principales beneficiarios de la presente investigación serán los prestadores de servicios turísticos, que podrán mejorar la diversa oferta disponible y que así mismo estarían beneficiando a los turistas que visiten el estado de Michoacán de Ocampo. De manera indirecta también se generará desarrollo económico en dicha entidad federativa.

4.1 Conveniencia

La presente investigación nos brinda un panorama que permitirá a los hacedores de políticas públicas y a los profesionales que se dedican a la investigación, entender el contexto turístico del estado de Michoacán a través de un análisis del sector con el fin de impulsar y mejorar el sector turístico que se traduzca en un mejor servicio y desarrollo local.

4.2 Relevancia Social

De acuerdo con el INEGI (2021), casi 1 de cada 10 trabajos que se tienen en México están en el sector turístico, por lo que el impacto que puede tener a nivel social en nuestro país será de gran importancia.

4.3 Implicaciones Prácticas

La investigación nos permitirá generar datos interesantes que nos permitan continuar con la línea general de investigación, teniendo un acercamiento directo con los involucrados del sector turístico.

4.4 Utilidad Metodológica

Dentro de la investigación tendremos uso de instrumentos tanto cualitativos como cuantitativos, de forma que habrá un antecedente para futuras investigaciones que busquen concentrarse en los factores que tengan una gran influencia en la atracción de turistas, particularmente las enfocadas al entorno mexicano y con mayor relevancia en el entorno del estado de Michoacán de Ocampo.

4.5 Trascendencia

A través de la presente investigación tendremos una referencia con respecto al sector turístico de nuestro estado, de forma que se pueda continuar con posteriores estudios y políticas públicas que coadyuven al desarrollo del sector.

4.6 Horizonte Temporal y Espacial

La presente investigación se realizará en el Estado de Michoacán de Ocampo, México durante el año 2023.

4.7 Viabilidad de la Investigación

Al estar enfocado directamente en el estado de Michoacán de Ocampo, nos permitirá llevar a cabo la investigación de una manera ideal puesto que no representará un costo de traslado y logístico demasiado alto, además que por el tamaño del universo el tiempo dedicado será adecuado.

5. Método

Según Charles Sanders Peirce, existen cuatro métodos generales para aprender o establecer creencias (Kerlinger & Lee, 2002). El primero es el método de la tenacidad, en el cual los seres humanos se aferran a una verdad que consideran cierta debido a su apego a ella y porque siempre la han considerado como una verdad absoluta e inamovible. Cuanto más se repiten estas "verdades", mayor es la validez que se les atribuye.

El segundo método es el de la autoridad, o de creencias establecidas; en este caso, si la Biblia lo afirma, se considera una verdad absoluta. De igual manera, si un notable filósofo afirma la existencia de Dios, se acepta como una verdad indiscutible.

El tercer método es el denominado método a priori, en este método se destaca más el uso de la razón que el de la experiencia. El cuarto método es el de la ciencia, cabe resaltar que este método contiene un rasgo del que adolecen los demás, la autocorrección.

En la presente investigación nos enfocaremos en el método científico, mismo que permite tener una generación de conocimiento con el mayor apego hacia la verosimilitud (Bunge, 2014).

PARTE II. MARCO TEÓRICO

El marco teórico de un proyecto de investigación es un componente fundamental que proporciona la estructura conceptual y teórica necesaria para comprender y abordar el problema de investigación. Este marco establece el contexto teórico en el que se desarrolla el estudio, delineando las teorías, conceptos y enfoques relevantes que guían la investigación y ayudan a interpretar los hallazgos (Castillo, 2004)..

En el caso de la presente investigación, el marco teórico abarca una serie de conceptos clave y teorías relacionadas específicamente con el turismo, así como con las políticas públicas que afectan este sector en particular. Esta estructura de marco teórico se organiza en varios capítulos que profundizan en distintos aspectos del tema investigado.

En el primer capítulo, se explora el ámbito de las políticas públicas desde una perspectiva teórica, analizando conceptos fundamentales como el ciclo de políticas públicas desde diversas corrientes de pensamiento. Además, se examinan las políticas turísticas en particular, considerando su evolución histórica, sus objetivos y su impacto en el desarrollo del turismo a nivel nacional e internacional.

El segundo capítulo se centra en el desarrollo teórico del turismo, donde se exploran definiciones y conceptos fundamentales asociados con esta actividad. Se revisan diferentes enfoques y modelos teóricos que han sido propuestos por expertos en el campo a lo largo del tiempo, lo que permite comprender las complejidades y dinámicas del fenómeno turístico.

En el tercer capítulo, se profundiza en el análisis del gasto del gobierno en políticas turísticas, destacando su importancia como motor de desarrollo económico y social en el ámbito turístico. Se examina el papel del gobierno en la promoción, regulación y financiamiento de actividades turísticas, así como el impacto que estas políticas tienen en la economía en general y en la generación de empleo y bienestar.

Finalmente, el cuarto capítulo aborda el tema de los precios de los servicios turísticos y su influencia en la oferta y demanda dentro del sector. Se analizan los factores que determinan los precios de los servicios turísticos, así como las estrategias de fijación de precios utilizadas por los proveedores de servicios turísticos.

Además, se examina la variedad de servicios turísticos disponibles, incluyendo alojamiento, restauración, transporte, guías turísticos y actividades recreativas, y cómo estas opciones afectan las decisiones de los turistas y la competitividad del destino turístico.

CAPÍTULO 1. POLÍTICAS PÚBLICAS

A lo largo de este capítulo, se realizará un análisis exhaustivo de las políticas públicas, sumergiéndose en un enfoque predominantemente teórico que tiene como objetivo principal comprender y explorar el ciclo que configura y da forma a estas políticas. Se iniciará este proceso examinando a fondo el concepto de políticas públicas, tomando en consideración las distintas interpretaciones y definiciones propuestas por destacados académicos y expertos en el campo a lo largo de la historia.

Autores influyentes como Aguilar (2010), Dye (1975), Laswell (1951), entre otros, serán referentes cruciales en este análisis, dado que sus aportes teóricos han enriquecido significativamente la comprensión de este ámbito de estudio crucial en la gestión gubernamental y la vida pública.

Una vez establecido un sólido marco conceptual, se procederá a desglosar minuciosamente las diferentes etapas que componen el ciclo de las políticas públicas. A través de un examen detallado, se explorarán las fases de agenda, formulación, implementación y evaluación, profundizando en las características distintivas, los procesos involucrados y los desafíos inherentes a cada una de ellas.

Este enfoque multidimensional permitirá una comprensión integral de cómo se originan y se ejecutan las políticas públicas en el contexto nacional, así como su impacto en la sociedad y en la administración gubernamental.

Como tercer componente esencial de este capítulo, se dedicará una sección específica al análisis de las políticas turísticas como una rama particular dentro del ámbito de las políticas públicas.

Se explorarán las teorías fundamentales que guían la formulación y aplicación de políticas turísticas, así como los enfoques más relevantes en este campo, destacando las contribuciones pioneras de Figuerola (1985) y otros investigadores prominentes.

Se examinará en detalle el papel del gobierno en la promoción del turismo, la planificación de destinos, la conservación del patrimonio cultural y natural, la gestión de crisis y otros aspectos clave.

Además, se analizarán casos de estudio relevantes y se identificarán las mejores prácticas y lecciones aprendidas para informar la elaboración de políticas turísticas efectivas y sostenibles.

De manera concreta, este capítulo proporcionará una visión completa y profunda de las políticas públicas, explorando su naturaleza, evolución y aplicaciones prácticas, con un enfoque especial en las políticas turísticas como un área estratégica de intervención gubernamental.

Se espera que este desarrollo teórico contribuya al incremento de una comprensión más amplia y crítica de los procesos políticos y administrativos, así como a la identificación de oportunidades y desafíos para la formulación de políticas efectivas y orientadas al bienestar social.

1.1 ¿Qué es una Política Pública?

La conceptualización de políticas públicas ha sido abordada por diversos autores a lo largo del tiempo, cada uno aportando su perspectiva única y enriquecedora al campo. Aguilar (2010) enfatiza que las políticas públicas comprenden un conjunto de acciones, estrategias y decisiones que un gobierno emprende para abordar problemas o necesidades específicas dentro de una sociedad. Esta definición resalta la función proactiva y orientada a la acción de las políticas públicas en la búsqueda de soluciones para los desafíos sociales.

Por otro lado, Dye (1975) ofrece una definición más concisa y directa al afirmar que las políticas públicas abarcan todo lo que los gobiernos deciden hacer o no hacer. Esta definición pone de relieve la amplitud del alcance de las políticas públicas, que pueden abarcar desde acciones concretas hasta la omisión de intervención en ciertos ámbitos.

El legado de Harold Lasswell (1951) en el campo de las políticas públicas es innegable, ya que fue uno de los pioneros en la promoción del término moderno de política (policy). Lasswell propuso una visión amplia de la política que incluye no solo la política gubernamental, sino también la política empresarial y otros ámbitos. Su enfoque destaca la importancia de construir una disciplina aplicada dedicada a orientar y resolver problemas sociales mediante el análisis científico de las políticas públicas.

Por su parte, Oszlak y O'Donel (1976) ofrecen una perspectiva complementaria al definir las políticas públicas como un conjunto de acciones y omisiones que reflejan una modalidad específica de intervención estatal en relación con un tema que despierta la atención, el interés o la movilización de diversos actores de la sociedad civil. Esta definición subraya la naturaleza dinámica y participativa de las políticas públicas, que implican la interacción entre el Estado y otros sectores de la sociedad.

En conclusión, las políticas públicas representan una parte integral de la gestión gubernamental y desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones y en la configuración de una sociedad justa y equitativa.

La diversidad de enfoques y definiciones refleja la complejidad y la multidimensionalidad de este campo, que continúa evolucionando y adaptándose a los desafíos cambiantes de la sociedad contemporánea.

1.2 Diferentes perspectivas de Políticas Públicas

Perspectiva Incrementalista:

La perspectiva incrementalista en políticas públicas abraza un enfoque gradual y adaptativo para el desarrollo de políticas. Surge de la premisa de que el cambio constante y progresivo en las políticas gubernamentales es más viable y efectivo que la implementación de reformas radicales. Este enfoque se basa en la idea de que la estabilidad y la aceptación pública son más factibles cuando los cambios se introducen de manera incremental, aprovechando experiencias anteriores y ajustando las políticas existentes según las necesidades cambiantes. Los partidarios de esta perspectiva sostienen que este método facilita la retroalimentación constante, permitiendo ajustes continuos y evolución pragmática (Martínez, 2015).

Perspectiva Neoliberal:

La perspectiva neoliberal, arraigada en principios económicos, aboga por la mínima intervención gubernamental en la economía y la promoción de un mercado libre y competitivo. En este enfoque, se considera que la eficiencia económica se alcanza mejor cuando el gobierno reduce regulaciones, favorece la privatización de servicios públicos y crea un entorno propicio para la iniciativa empresarial. La confianza en la capacidad del mercado para asignar recursos de manera eficiente y generar crecimiento económico sustenta esta perspectiva. Sin embargo, las críticas se centran en las posibles desigualdades resultantes y la falta de consideración por impactos sociales negativos (Ingram, Schneider & DeLeon, 2007).

Perspectiva Racional-Comprehensive:

Desde la perspectiva racional-comprehensive, la formulación de políticas se percibe como un proceso lógico y deliberado que implica una evaluación exhaustiva de todas las alternativas posibles. Este enfoque busca decisiones informadas y bien fundamentadas, considerando detalladamente los costos, beneficios y posibles impactos a largo plazo (Hardin, 2004).

Se espera que las políticas resultantes sean el resultado de un análisis integral que maximice la eficiencia y efectividad, asegurando que los recursos se asignen de manera óptima. Aunque este enfoque puede ser considerado ideal, también puede enfrentar desafíos en términos de complejidad y tiempo requerido para realizar evaluaciones comprehensivas en entornos políticos dinámicos.

1.3 El Ciclo de Políticas Públicas

Las políticas públicas se crean y desarrollan a través de un proceso con distintas etapas, mismas que conforman lo que se denomina el ciclo de las políticas públicas. Dicho ciclo tiene fases interdependientes, haciendo que el replanteamiento de alguna de ellas afecte a las siguientes.

La evaluación de los resultados en política pública no da fin al ciclo, sino que permite un proceso de retroalimentación que puede dar pie a que se tenga una nueva definición de problema, distinta a la que se tenía al momento de iniciar el ciclo.

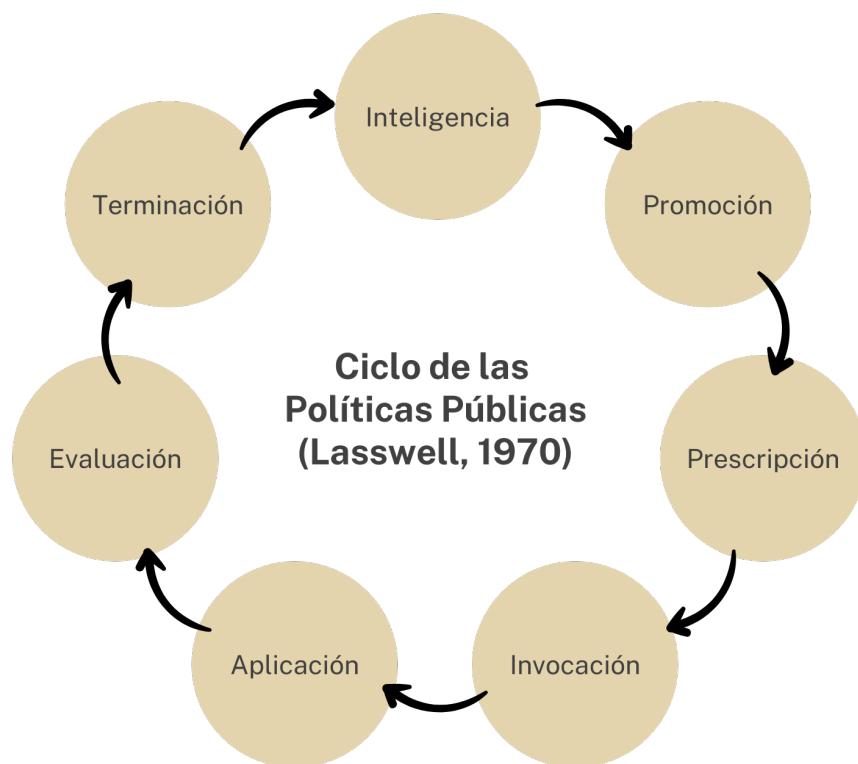
Similar al caso de las políticas públicas en donde existen diferentes definiciones dependiendo de la perspectiva de cada autor, en el ciclo de las políticas públicas también hay diferencias con respecto a la clasificación de las etapas que lo conforman.

La teoría del ciclo de las políticas públicas, propuesta por Lasswell (1970), ofrece una estructura conceptual que permite comprender y analizar el proceso completo de elaboración, implementación y evaluación de las políticas públicas. Según esta teoría, el ciclo de las políticas públicas consta de siete etapas interrelacionadas que abarcan desde la identificación de un problema hasta su eventual resolución y finalización. A continuación, se detallan y amplían estas etapas:

- **Inteligencia:** Esta etapa se enfoca en la recopilación y análisis de información relevante para comprender la naturaleza y el alcance del problema que se desea abordar mediante la política pública. La inteligencia implica la identificación de las causas subyacentes, la evaluación de las necesidades y la predicción de las posibles consecuencias de las diferentes acciones políticas.
- **Promoción:** En esta etapa, se generan y evalúan diversas alternativas de política para abordar el problema identificado en la etapa anterior. Los responsables de formular políticas públicas exploran diferentes enfoques y soluciones potenciales, considerando factores como viabilidad, eficacia, eficiencia y equidad.
- **Prescripción:** Una vez seleccionada la alternativa de política más adecuada, se procede a la formulación y promulgación de las reglas o decisiones necesarias para implementarla. En esta etapa, se establecen los marcos legales, normativos y administrativos que guiarán la acción gubernamental en la materia en cuestión.
- **Invocación:** Esta etapa se centra en la implementación inicial de las políticas prescritas, es decir, en la puesta en marcha de las acciones y medidas planificadas. Se caracteriza por la adaptación y ajuste de las conductas individuales y colectivas en respuesta a las prescripciones establecidas en la etapa anterior.
- **Aplicación:** Durante esta fase, se monitorea y evalúa el proceso de implementación de las políticas públicas para garantizar su ejecución efectiva y adecuada. Se analizan los recursos disponibles, se supervisan los avances y se identifican posibles obstáculos o desafíos que puedan surgir en el camino.

- **Evaluación:** En esta etapa, se estudian los resultados y efectos de la política implementada con el fin de determinar su impacto y efectividad. Se recopilan datos, se analizan indicadores y se evalúan los logros alcanzados en relación con los objetivos establecidos previamente. La evaluación proporciona retroalimentación importante para mejorar futuras políticas públicas y optimizar el uso de recursos.
- **Terminación:** Finalmente, cuando se alcanzan los objetivos previstos o se agota el tiempo y los recursos asignados, la política llega a su fin. En esta etapa, se realiza una revisión final de los resultados obtenidos y se procede a cerrar formalmente el ciclo de la política pública. Es importante aprender de las experiencias pasadas y utilizar los conocimientos adquiridos para informar y orientar futuras iniciativas políticas.

Figura 3. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Lasswell (1970)



Fuente: Elaboración propia con base en Lasswell (1970)

Jones (1970) propone una perspectiva alternativa sobre el ciclo de las políticas públicas, que consta de cinco etapas interrelacionadas que reflejan el proceso de formulación, implementación y evaluación de las políticas gubernamentales.

Estas etapas ofrecen una visión detallada de cómo se desarrolla y se gestiona la acción pública en respuesta a los problemas y desafíos que enfrenta la sociedad.

A continuación, se profundiza en cada una de estas etapas:

- **Identificación del problema:** En esta etapa inicial, se identifican y se definen los problemas o necesidades que requieren la atención del gobierno. Esto puede implicar la detección de desafíos emergentes, la evaluación de problemas existentes o la respuesta a demandas sociales y ciudadanas. La identificación del problema establece la base para el desarrollo de políticas públicas que aborden eficazmente las preocupaciones de la sociedad.
- **Formulación de la política:** Una vez que se ha identificado el problema, se procede a la formulación de políticas, que implica la generación y evaluación de diversas alternativas de acción para abordar el problema identificado. En esta etapa, los responsables de la formulación de políticas exploran diferentes enfoques, estrategias y soluciones potenciales, teniendo en cuenta factores como viabilidad, factibilidad y impacto.
- **Legitimación de la política:** La etapa de legitimación se centra en el proceso de justificación y respaldo público de la política seleccionada. Esto incluye la presentación de argumentos, evidencia y fundamentos que respalden la necesidad y eficacia de la política propuesta. La legitimación también puede implicar la participación de diversos actores y grupos de interés en el proceso de toma de decisiones para garantizar su aceptación y apoyo.

- **Aplicación:** Una vez que se ha seleccionado una política, se procede a su implementación práctica. Esta etapa implica la administración y gestión de la política, así como la conversión de los recursos disponibles en resultados tangibles y acciones concretas. La aplicación efectiva de la política requiere una planificación cuidadosa, coordinación interinstitucional y seguimiento continuo para garantizar que se logren los objetivos establecidos.
- **Evaluación:** La fase de evaluación se centra en la medición y análisis de los resultados y efectos de la política implementada. Se recopilan datos, se analizan indicadores y se evalúan los impactos en el contexto, los comportamientos de los actores y las percepciones del público. La evaluación proporciona retroalimentación crucial sobre la eficacia y eficiencia de la política, así como información para ajustes y mejoras futuras.

Figura 4. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Jones (1970)



Fuente: Elaboración propia con base en Jones (1970)

El enfoque propuesto por Anderson (1975) para comprender el ciclo de políticas públicas ofrece una visión integral y detallada del proceso mediante el cual las autoridades gubernamentales abordan los problemas y necesidades de la sociedad. Cada etapa refleja una fase en el desarrollo y la gestión de políticas, que involucra múltiples actores y acciones concretas. A continuación, se profundiza en cada una de las etapas, destacando su importancia y las complejidades involucradas:

- **Agenda:** La fase de agenda marca el punto de partida del ciclo de políticas públicas, donde se identifican y seleccionan los problemas que requieren la atención y acción del gobierno. Esta etapa no solo implica la identificación de problemas, sino también el proceso político y social mediante el cual ciertos temas son elevados a la agenda política mientras que otros permanecen marginados. Factores como la presión pública, la influencia de los medios de comunicación y las agendas de los grupos de interés juegan un papel crucial en este proceso de selección de problemas.
- **Formulación de alternativas:** Una vez que se ha identificado un problema, se procede a desarrollar y evaluar diversas alternativas de políticas para abordarlo. Esta etapa implica un análisis exhaustivo de las posibles soluciones, considerando su viabilidad técnica, política y económica. La formulación de alternativas también implica la consulta con expertos, grupos de interés y partes interesadas para garantizar que las políticas propuestas aborden de manera efectiva el problema identificado.
- **Adopción de la decisión:** La fase de adopción marca el momento en que se selecciona y legitima una política específica entre las alternativas propuestas. Esta etapa involucra procesos de toma de decisiones complejos, donde se evalúan diferentes opciones y se consideran factores como la viabilidad política, los intereses de los actores clave y las presiones externas. La adopción de decisiones también implica la negociación y el compromiso entre diferentes partes interesadas para garantizar el apoyo y la implementación efectiva de la política seleccionada.

- **Implementación:** Una vez que se ha adoptado una política, se procede a su implementación práctica. Esta etapa implica la traducción de la política en acciones concretas y la asignación de recursos y responsabilidades para su ejecución efectiva. La implementación también implica la coordinación de múltiples actores y agencias gubernamentales, así como la gestión de posibles desafíos y obstáculos. La efectividad de la implementación determina en gran medida el éxito de la política en lograr sus objetivos y resolver el problema identificado.
- **Evaluación:** La fase de evaluación se enfoca en analizar los resultados y efectos de la política implementada. Se examina la eficacia, eficiencia y efectividad de la política en términos de su impacto en la sociedad, la economía y el medio ambiente. La evaluación también implica la recolección y análisis de datos, la medición de indicadores de rendimiento y la retroalimentación de los resultados para mejorar la toma de decisiones y la calidad de las políticas públicas en el futuro.

Figura 5. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Anderson (1975)



Fuente: Elaboración propia con base en Anderson (1975)

El ciclo de políticas públicas, tal como lo describe Aguilar (2010), es un proceso complejo y multifacético que atraviesa diversas etapas desde la identificación inicial de un problema hasta la evaluación de la política implementada y la toma de decisiones sobre su continuidad o terminación.

Cada una de estas etapas juega un papel crucial en la formulación, implementación y evaluación efectiva de las políticas gubernamentales, y su comprensión profunda es fundamental para garantizar el éxito y la mayor eficiencia de las intervenciones que realizan los gobiernos.

- **Definición del problema:** En esta etapa inicial, el enfoque recae en la identificación y comprensión exhaustiva del problema que requiere intervención gubernamental. Se realizan análisis detallados para comprender las dimensiones del problema, sus causas subyacentes y su impacto en la sociedad. Esta etapa es fundamental para establecer una base sólida sobre la cual se construirán las políticas posteriores.
- **Formación de la agenda:** Una vez que se ha definido el problema, se procede a determinar qué temas merecen la atención prioritaria del gobierno. Se consideran factores como la urgencia del problema, su relevancia política y la presión de los grupos de interés para determinar qué problemas se incluyen en la agenda gubernamental. Esta etapa implica un análisis exhaustivo de los actores involucrados y los procesos políticos que influyen en la selección de temas.
- **Construcción de opciones:** En esta etapa, se exploran y desarrollan diversas alternativas para abordar el problema identificado. Se evalúan diferentes enfoques y estrategias, considerando sus ventajas, desventajas y viabilidad práctica. Esta fase requiere un análisis riguroso de las posibles soluciones y la evaluación de sus implicaciones a corto y largo plazo.

- **Toma de decisión:** Una vez que se han generado y evaluado las opciones de política, se procede a seleccionar la mejor opción entre ellas. Esta etapa implica la evaluación de las alternativas en función de criterios como la efectividad, la eficiencia y la equidad. La toma de decisiones también implica negociaciones políticas y la consideración de factores externos que puedan influir en la implementación de la política seleccionada.
- **Implementación de la política:** Una vez que se ha tomado una decisión, se pasa a la fase de implementación, donde se llevan a cabo las acciones necesarias para poner en práctica la política seleccionada. Esta etapa implica la asignación de recursos, la coordinación de diferentes agencias gubernamentales y la comunicación efectiva con los actores relevantes. La implementación exitosa es crucial para lograr los objetivos y metas de la política.
- **Evaluación de la política:** Después de que la política ha sido implementada, se lleva a cabo una evaluación exhaustiva para determinar su efectividad y eficacia en la resolución del problema original. Se recopilan datos y se analizan los resultados para identificar el impacto de la política en la sociedad. La evaluación proporciona retroalimentación importante para mejorar la política y hacer ajustes según sea necesario.
- **Terminación o continuación de la política:** Finalmente, se toma una decisión sobre el futuro de la política en función de los resultados de la evaluación. Se decide si la política debe ser mantenida, modificada, revisada o terminada por completo. Esta etapa implica un análisis cuidadoso de los costos y beneficios de continuar con la política, así como la consideración de posibles alternativas. La decisión tomada aquí puede influir en futuras políticas y acciones gubernamentales.

Figura 6. Ciclo de las políticas públicas propuesto por Aguilar (2010)



Fuente: Elaboración propia con base en Aguilar (2010)

1.4 Modelo de Análisis de Políticas Públicas

Los modelos de análisis de políticas públicas constituyen herramientas fundamentales para comprender y evaluar los procesos complejos que rodean la formulación, implementación y evaluación de políticas en una sociedad. En primer lugar, es imperativo señalar que el análisis de políticas públicas, al ser un campo multidisciplinario, se nutre de diversas teorías y enfoques que buscan explicar la dinámica inherente a la toma de decisiones gubernamentales. La comprensión de estos modelos, basada en enfoques teóricos sólidos, se presenta como un requisito esencial para la generación de conocimiento riguroso en este ámbito.

Al explorar los modelos de análisis de políticas públicas, se identifica la necesidad de esclarecer el contexto teórico que subyace a dichos enfoques. En este sentido, es vital considerar modelos que abordan el ciclo completo de políticas, desde la identificación de problemas hasta la evaluación de resultados.

La adopción de un enfoque integral, caracterizado por la aplicación secuencial de los componentes del ciclo de políticas, emerge como un método esencial para comprender la complejidad de estos procesos gubernamentales.

Adentrándose en los modelos específicos, se distingue la utilidad de enfoques como el modelo de múltiples corrientes, que destaca la influencia de diversas corrientes de pensamiento y actores en la formulación de políticas.

Asimismo, el modelo de equilibrio puntuado, al reconocer la naturaleza no lineal de la toma de decisiones, resulta esencial para comprender la dinámica cambiante en la agenda gubernamental. La aplicación de estos modelos, respaldados por un análisis crítico y fundamentado en la evidencia, permite discernir patrones recurrentes y excepciones en la arena de las políticas públicas.

Cabe destacar que la adopción de modelos analíticos implica el reconocimiento de la diversidad de factores que influyen en la toma de decisiones políticas. La consideración de actores clave, intereses en juego y contextos institucionales resulta esencial para la formulación de análisis precisos y contextualmente relevantes.

Al mismo tiempo, la evaluación de resultados, en consonancia con modelos de retroalimentación, permite un enfoque reflexivo que contribuye a la mejora continua de las políticas públicas.

1.4.1 Modelo Elección Racional

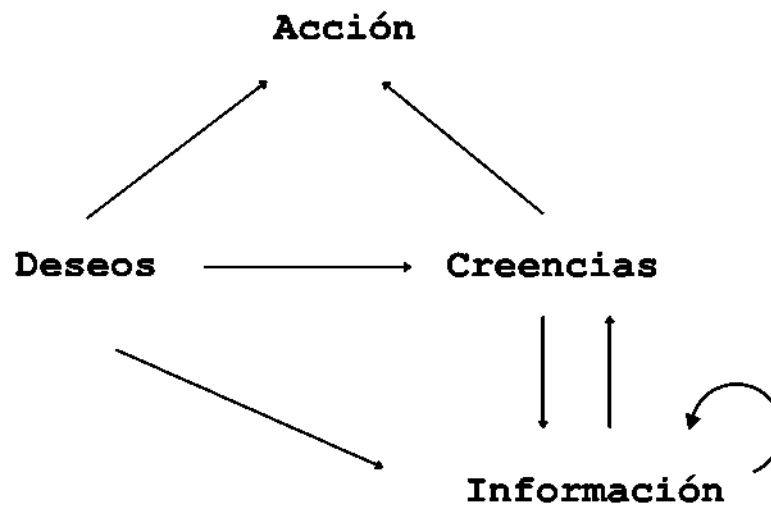
Arrow (1966) conceptualiza este modelo como un enfoque teórico que se basa en la aplicación de principios de la teoría de juegos y la economía a la toma de decisiones políticas. Este modelo asume que los actores involucrados en el proceso político son racionales y buscan maximizar sus beneficios mientras minimizan sus costos.

La teoría de la elección racional se originó en la economía, pero se ha extendido a campos como la ciencia política y la teoría de las organizaciones. Los individuos toman acción con base en la información que tienen, pero desde luego esas acciones estarán influenciadas a sí mismo por los deseos y las creencias de los políticos (Vidal de la Rosa, G. 2008).

Principales Características del Modelo de Elección Racional:

- **Actores Racionales:** Se presume que los individuos o actores colectivos son racionales y toman decisiones de manera lógica, calculando los costos y beneficios de diversas opciones antes de elegir la mas favorable para sus intereses.
- **Maximización de Utilidad:** Los actores buscan maximizar su utilidad personal o colectiva. Esto puede incluir la maximización de votos, recursos, poder o cualquier otro objetivo relevante para el contexto político.
- **Costos y Beneficios:** Las decisiones se toman evaluando cuidadosamente los costos asociados con una acción política particular en comparación con los beneficios esperados. Este análisis se realiza de manera racional y deliberada.
- **Individualismo Metodológico:** El enfoque individualista es central en este modelo. Se enfoca en el análisis de las decisiones y acciones de individuos y como estas contribuyen a los resultados colectivos.

Figura 7. Modelo de Elección Racional



Fuente: Elaboración Propia con base en Arrow (1966)

1.4.2 Modelo de Análisis Costo-Beneficio

En el ámbito de políticas públicas es una herramienta analítica que busca evaluar sistemáticamente los costos y beneficios asociados con la implementación de una determinada política gubernamental (Guevara, 2015).

Este enfoque se basa en la premisa de que las decisiones políticas pueden ser evaluadas de manera más efectiva si se cuantifican y comparan los costos y beneficios involucrados. A continuación, se profundiza en los aspectos fundamentales del Modelo de Análisis Costo-Beneficio:

Principales Características del Modelo de Análisis Costo-Beneficio:

- **Evaluación Cuantitativa:** Una de las características distintivas es su enfoque cuantitativo. Busca asignar valores numéricos a los costos y beneficios, permitiendo una comparación mas precisa y objetiva.

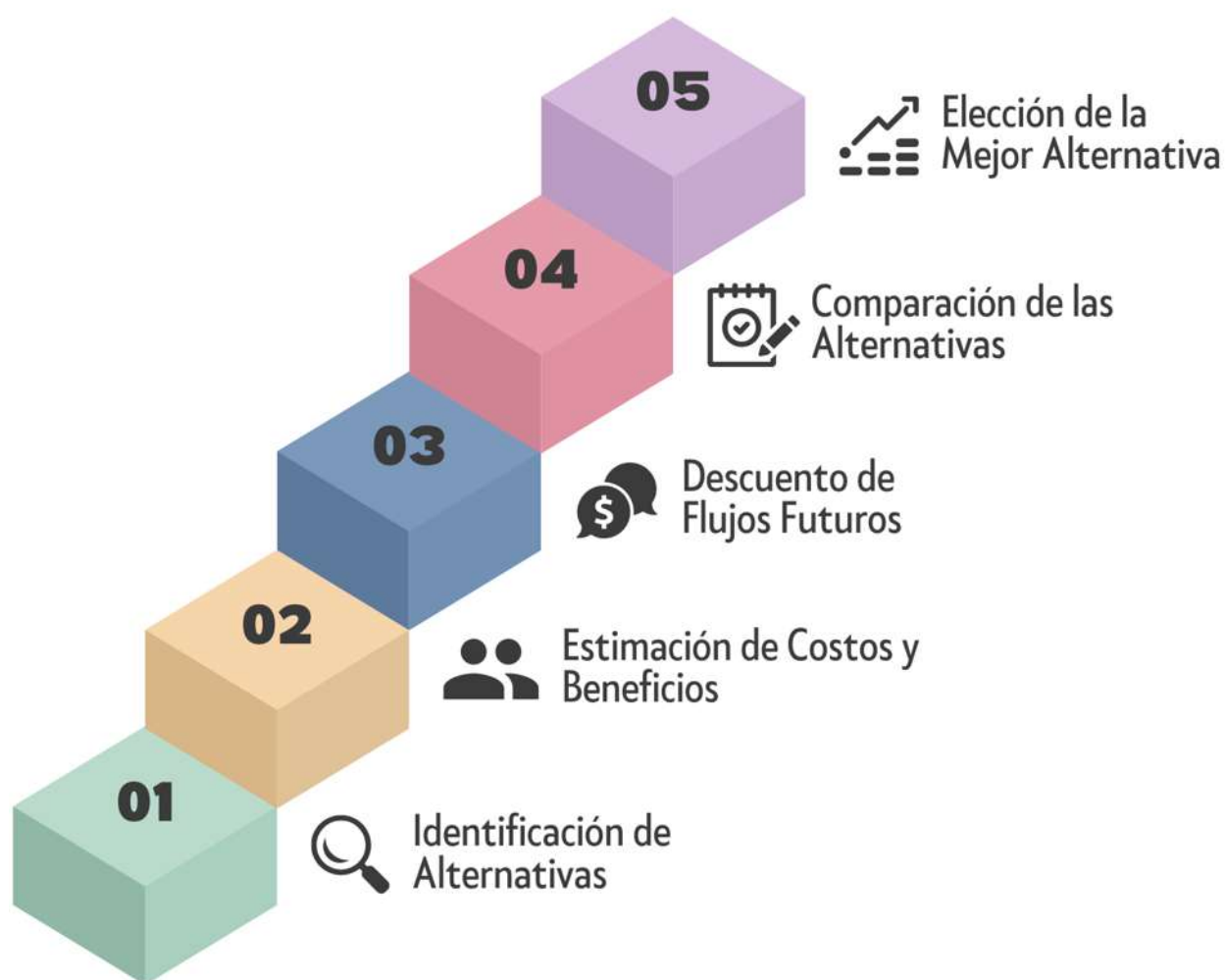
- **Identificación de Costos y Beneficios Directos e Indirectos:** El análisis no se limita a los costos y beneficios directos, sino que también considera aquellos indirectos o externalidades que pueden surgir como resultado de la política pública. Esto abarca efectos secundarios que pueden no ser inmediatamente evidentes.
- **Temporalidad:** Tiene en cuenta el factor temporal al considerar los flujos de costos y beneficios a lo largo del tiempo. Se utiliza la técnica de descuento para ajustar los valores futuros a su valor presente, reconociendo la preferencia por los beneficios inmediatos.
- **Rango de Actores Involucrados:** El análisis no solo se centra en el gobierno, sino que también considera los impactos en diversos actores, como los ciudadanos, las empresas y otros grupos interesados. Esto facilita la evaluación de la equidad y la distribución de los costos y beneficios.
-

Pasos del Análisis Costo-Beneficio:

1. **Identificación de Alternativas:** Se inicia con la identificación de las diferentes opciones de política que se están considerando. Esto podría incluir la opción de no implementar ninguna política.
2. **Estimación de Costos y Beneficios:** Se evalúan los costos y beneficios asociados con cada alternativa. Esto implica la cuantificación de los impactos económicos, sociales y ambientales.
3. **Descuento de Flujos Futuros:** Dado que los costos y beneficios se distribuyen a lo largo del tiempo, se aplica una tasa de descuento para reflejar la preferencia por los resultados inmediatos.

4. Comparación y Elección de la Mejor Alternativa: Se compara la suma total de los costos y beneficios ajustados por descuento para cada alternativa. La opción que produce el mayor excedente neto se considera la mas favorable.
5. Sensibilidad y Riesgos: Se realiza un análisis de sensibilidad para evaluar cómo variaciones en las estimaciones de costos y beneficios afectan los resultados. Además, se identifican y gestionan los riesgos asociados con la implementación de la política.

Figura 8. Pasos del Análisis Costo-Beneficio



Fuente: Elaboración Propia con base en Guevara (2015)

1.5 Políticas turísticas

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), una política turística se debe concebir como la acción que realiza el sector público, particularmente el gobierno, desde sus instituciones y que tienen injerencia relevante a la actividad pública, en este caso, el turismo.

Por su parte, Zhang & Yan (2009) afirman que desde un enfoque de ciencias políticas, las políticas turísticas han sido reducidas a un simple hecho económico y por consiguiente, algunos autores conciben a las políticas turísticas erróneamente como un plan de marketing.

Velasco (2011) nos plantea una perspectiva muy similar, afirmando que la falta de análisis políticos en el turismo nos demuestra la precariedad técnica que se tiene de las políticas turísticas, delimitando al turismo bajo una perspectiva de sector privado, dejando de lado la participación que debe tener el Estado.

Las políticas turísticas representan un componente esencial en la gestión y promoción de la industria turística en una región o país. Estas políticas son conjuntos estructurados de estrategias, normativas y acciones planificadas que los gobiernos y las autoridades locales ponen en práctica con el objetivo de impulsar el turismo de manera sostenible y eficiente.

A través de la implementación de políticas turísticas, los países buscan maximizar los beneficios económicos, sociales y culturales derivados de esta industria, al tiempo que gestionan y minimizan los impactos negativos, como la sobreexplotación de recursos naturales o la degradación de sitios culturales (McCool, 1995).

La diversificación de las ofertas turísticas es uno de los principales objetivos de las políticas turísticas. A medida que las preferencias de los viajeros evolucionan, los destinos turísticos deben adaptarse para atraer a una amplia gama de visitantes.

Esto implica la creación de nuevos productos turísticos, la promoción de destinos menos conocidos y la mejora de la infraestructura turística. La variedad de opciones disponibles atrae a diferentes tipos de viajeros, lo que, a su vez, estimula la economía local y promueve un turismo más inclusivo y sostenible.

La promoción y el marketing son componentes esenciales de las políticas turísticas. La visibilidad de un destino en el mercado global es crucial para atraer turistas. Las campañas de promoción y marketing pueden incluir publicidad en diversos medios, participación en ferias turísticas internacionales y el uso estratégico de las redes sociales y las plataformas en línea (Ejarque, 2005).

La promoción efectiva ayuda a posicionar un destino en la mente de los viajeros, al tiempo que crea una imagen positiva que los incentiva a explorar nuevas culturas y lugares. Otro aspecto crítico de las políticas turísticas es la regulación y las normativas.

Estas políticas abordan una serie de temas, desde la regulación de la industria hotelera y la protección del patrimonio cultural y natural, hasta la implementación de normas de seguridad y calidad para garantizar una experiencia positiva para los visitantes. La regulación también puede abordar cuestiones como los permisos de construcción y el control del desarrollo turístico para evitar la sobreexplotación de recursos y la degradación del entorno.

La sostenibilidad ambiental y cultural es cada vez más importante en las políticas turísticas modernas. Los destinos turísticos a menudo son elegidos por su belleza natural y su riqueza cultural (Lalanguí, Espinoza, & Pérez, 2017).

Por lo tanto, es esencial proteger y preservar estos activos para las generaciones futuras. Las políticas turísticas incluyen medidas para garantizar que el turismo no cause daños irreparables al medio ambiente y que respete la autenticidad cultural de un destino. Estas políticas pueden incluir la promoción de prácticas turísticas responsables, la creación de áreas protegidas y la promoción de la conservación del patrimonio.

Además de la regulación, las políticas turísticas también pueden abordar el desarrollo de infraestructura. Para atraer a más turistas, es esencial contar con una infraestructura adecuada. Esto puede incluir inversiones en transporte, alojamiento, carreteras, aeropuertos y otros servicios turísticos.

El desarrollo de infraestructura no solo mejora la experiencia del turista, sino que también crea oportunidades de empleo y estimula el crecimiento económico en las comunidades locales (Hong, 2009).

Los incentivos y el financiamiento son herramientas adicionales en las políticas turísticas. Los gobiernos a menudo ofrecen incentivos fiscales y financiamiento para proyectos turísticos que promuevan el crecimiento de la industria.

Estos pueden incluir créditos a bajo interés, exenciones fiscales para empresas turísticas y subvenciones para la creación de atracciones turísticas. Estos incentivos pueden ser cruciales para estimular la inversión y el desarrollo en el sector turístico.

La formación y capacitación son fundamentales para mejorar la calidad de los servicios turísticos. Muchas políticas turísticas incluyen programas de formación y capacitación para los trabajadores de la industria, como personal de hoteles, guías turísticas y personal de contacto con los visitantes.

La capacitación garantiza que los trabajadores estén preparados para ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las expectativas de los turistas.

La investigación y las estadísticas son vitales para la toma de decisiones informadas en el ámbito del turismo. Las políticas turísticas a menudo incluyen investigaciones y estadísticas para comprender mejor las tendencias del mercado y los patrones de viaje.

Esta información ayuda a los responsables de la toma de decisiones a adaptar las políticas y estrategias en función de las necesidades cambiantes de la industria y los visitantes (Valenti-Nigrini, & Flores-Llanos, 2009).

Por consiguiente, las políticas turísticas representan un marco integral y planificado para la gestión y promoción efectiva de la industria del turismo en una región o país. Estas políticas buscan equilibrar los intereses económicos con la protección del medio ambiente y la preservación de la cultura, asegurando así que el turismo sea beneficioso tanto para la economía local como para los visitantes (Ruiz, 1996).

En la perspectiva de políticas públicas aplicadas al turismo, es imperativo abordar diversos aspectos para lograr un desarrollo equilibrado y sostenible de la industria. En primer lugar, se sugiere diversificar las fuentes económicas en regiones dependientes del turismo mediante políticas que impulsen la creación y fortalecimiento de otros sectores. Esto podría llevarse a cabo mediante inversiones estratégicas en infraestructura, tecnología y programas de formación para estimular el crecimiento económico más allá de la actividad turística (McCool, 1995).

Un aspecto crucial es la promoción del turismo sostenible. La implementación de políticas que regulen el impacto ambiental, conserven el patrimonio cultural y promuevan prácticas turísticas responsables garantizará la preservación de los recursos naturales y culturales a largo plazo. Además, se destaca la necesidad de mejorar la infraestructura turística, incluyendo carreteras, aeropuertos y servicios públicos, para asegurar la accesibilidad y la comodidad de los visitantes, fortaleciendo así la competitividad de los destinos (Ejarque, 2005).

En el ámbito de la promoción, se insta a implementar estrategias efectivas. Estas políticas deben incorporar enfoques innovadores de marketing digital y redes sociales, así como fomentar la colaboración público-privada para maximizar la visibilidad de los destinos y atraer a un mayor número de turistas.

La colaboración entre el sector público y privado es esencial. Políticas que faciliten asociaciones en proyectos de desarrollo, marketing y gestión de destinos aprovecharán los recursos y conocimientos disponibles, creando sinergias beneficiosas para la industria (Lalangui, Espinoza, & Pérez, 2017)..

Para gestionar el crecimiento y mitigar impactos negativos, se deben establecer políticas regulatorias efectivas. Mecanismos de planificación y zonificación son cruciales para controlar el desarrollo desordenado y proteger los recursos naturales y culturales (Ruiz, 1996).

Invertir en la formación del personal de la industria es clave para mejorar la calidad de la experiencia turística. Políticas que fomenten programas educativos especializados y certificaciones de calidad, así como el desarrollo de habilidades interpersonales, asegurarán un servicio excepcional.

Finalmente, la implementación de programas de investigación y monitoreo continuo es esencial. Estos programas permitirán evaluar la efectividad de las políticas existentes y ajustar estrategias según las necesidades cambiantes del sector. En conjunto, estas políticas públicas comprehensivas contribuirán al desarrollo sostenible y al beneficio duradero de las comunidades locales involucradas en la industria turística (Valenti-Nigrini, & Flores-Llanos, 2009).

Tabla 5. Principales Teorías sobre Turismo

Principales Teorías sobre turismo	
Teoría de la economía del turismo (Figueroa, 1985)	Se enfoca en la relación entre el turismo y la economía. Esta teoría sostiene que el turismo puede ser una fuente importante de ingresos para los países, siempre y cuando se implementen políticas adecuadas.
Teoría de la Planificación Turística (Muñoz de Escalona, 2004)	Se enfoca en el proceso de planificación de las políticas turísticas. Esta teoría sostiene que la planificación turística es esencial para el desarrollo sostenible del turismo y debe ser participativa e involucrar a todos los actores involucrados en el turismo, incluyendo al gobierno, al sector privado y a la comunidad local.

Fuente: Elaboración Propia

1.6 Teoría de la economía del turismo

La teoría de la economía del turismo (Figuerola, 1985) se enfoca en la relación entre el turismo y la economía. Esta teoría sostiene que el turismo puede ser una fuente importante de ingresos para los países, siempre y cuando se implementen políticas adecuadas.

En este sentido, la teoría de la economía del turismo señala que el turismo puede generar una serie de beneficios económicos, como la creación de empleo, la generación de ingresos fiscales, la diversificación de la economía y el aumento de la inversión. Además, el turismo puede tener un efecto multiplicador en la economía, ya que los turistas gastan en alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento y compras, lo que a su vez genera ingresos y empleo para otros sectores económicos. (Arroyo, 2001)

Sin embargo, la teoría de la economía del turismo también destaca que el turismo puede tener efectos negativos en la economía si no se implementan políticas adecuadas. Por ejemplo, puede generar una dependencia excesiva en el turismo como fuente de ingresos, lo que puede ser perjudicial en caso de crisis o de cambios en las preferencias de los turistas.

Además, el turismo puede generar desigualdades económicas si los beneficios se concentran en un grupo reducido de empresas o si los empleos generados son de baja calidad.

Por lo tanto, la teoría de la economía del turismo propone que las políticas turísticas deben ser diseñadas para maximizar los beneficios económicos del turismo, al mismo tiempo que se minimizan sus efectos negativos. En este sentido, se sugiere que las políticas turísticas deben ser integrales, participativas y sostenibles, tomando en cuenta tanto los aspectos económicos como los ambientales, sociales y culturales del turismo. (Velasco, 2011)

1.7 Teoría de la Planificación Turística

Por su parte, la planificación turística (Muñoz de Escalona, 2004) se enfoca en el proceso de planificación de las políticas turísticas. Esta teoría sostiene que la planificación turística es esencial para el desarrollo sostenible del turismo y debe ser participativa e involucrar a todos los actores involucrados en el turismo, incluyendo al gobierno, al sector privado y a la comunidad local.

A sí mismo, implica un proceso de toma de decisiones que se basa en un análisis exhaustivo de los recursos turísticos de un destino, así como de los desafíos y oportunidades que enfrenta el turismo en ese destino. Este proceso implica la identificación de objetivos claros y alcanzables, así como de las estrategias y acciones necesarias para alcanzar estos objetivos.

La teoría de la planificación turística destaca la importancia de la participación de la comunidad local en el proceso de planificación turística. La comunidad local tiene un conocimiento profundo de los recursos turísticos del destino y puede proporcionar información valiosa sobre los impactos del turismo en la economía, el medio ambiente y la cultura local. (Zhang & Yang, 2009)

La participación de la comunidad local en el proceso de planificación turística también puede aumentar su compromiso con el turismo y mejorar su capacidad para beneficiarse del mismo.

Además, la teoría de la planificación turística subraya la necesidad de una planificación turística integral que tome en cuenta los aspectos ambientales, sociales, culturales y económicos del turismo. (Muñoz de Escalona, 2004) Esto implica que las políticas turísticas deben ser diseñadas para minimizar los impactos negativos del turismo en el medio ambiente, la cultura local y la sociedad, al mismo tiempo que se maximizan sus beneficios económicos.

CAPÍTULO 2. DESARROLLO TEÓRICO DEL TURISMO

El presente capítulo se adentra en la esfera teórica que sustenta el fenómeno del turismo, desplegando una exploración detallada de sus fundamentos conceptuales y modelos explicativos.

En un primer segmento, se emprende una exhaustiva revisión del concepto de turismo, desentrañando sus múltiples dimensiones y alcances. Se aborda cómo diversas corrientes académicas y organismos especializados lo han definido a lo largo del tiempo, reflexionando sobre las diversas perspectivas que han enriquecido su comprensión.

Posteriormente, se sumerge en una conceptualización profunda del turismo, tomando como referencia las contribuciones teóricas de destacados autores como Ramírez (1985), Acerenza (2006) y los enfoques delineados por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esta sección se erige como un bastión de conocimiento que profundiza en las características esenciales del turismo, su evolución histórica, y su papel en la configuración de la realidad social y económica de las sociedades.

Como tercer punto de análisis, se exploran diversos modelos teóricos del turismo que brindan una perspectiva sistémica y holística sobre este fenómeno. Se destacan modelos emblemáticos como el propuesto por Cuervo (1967), que destaca la interacción entre los diferentes elementos que intervienen en la actividad turística, el modelo de turismo de Leiper (1990), que examina el turismo desde una perspectiva de sistemas, y el modelo de turismo de Molina (1991), que aborda el turismo como un sistema complejo influenciado por diversos factores socioeconómicos y culturales.

Estos modelos proporcionan un marco conceptual robusto para comprender la dinámica y la complejidad inherente al fenómeno turístico en todas sus manifestaciones.

2.1 Concepto de Turismo

Ramírez (1981) describe el turismo como la suma de interacciones y eventos resultantes del desplazamiento y estancia de individuos fuera de su domicilio habitual, siempre y cuando estas estancias y desplazamientos no sean motivados por actividades con propósito de ganancia.

De manera similar, la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2017) detalla que el turismo abarca las actividades realizadas por personas que viajan y se hospedan en lugares distintos a su entorno habitual por un período continuo inferior a un año, con fines de recreación y otros objetivos no vinculados con el desempeño de trabajos remunerados en el destino visitado.

Adicionalmente, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017) describe el turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el traslado de personas a lugares fuera de sus residencias habituales por razones personales o profesionales. Estas personas, identificadas como visitantes (turistas o excursionistas, residentes o no), participan en actividades que a menudo implican gasto turístico.

El turismo se entiende como un fenómeno social, cultural y económico asociado a la práctica de viajar y alojarse en lugares diferentes a los de residencia habitual por motivos como ocio, negocios, educación o salud. Esta actividad incluye una serie de experiencias y acciones destinadas a satisfacer las expectativas y deseos de los turistas, ofreciendo oportunidades para conocer y disfrutar de diferentes lugares, culturas y estilos de vida (Vargas, 2017).

Pearce (2021) se refiere a la afluencia turística como el número total de visitantes que llegan a un destino en un período específico, considerándola un indicador clave del éxito de un destino turístico. Así, este indicador permite evaluar de manera concreta un aspecto esencial del turismo en cualquier destino.

Desde un punto de vista teórico, Acerenza (2006) define a el turismo como un proceso complejo que involucra a múltiples actores y factores, y que tiene implicaciones en diversos ámbitos, tales como el social, el cultural, el económico, el ambiental, entre otros. De este modo, el turismo es un objeto de estudio interdisciplinario, que involucra a distintas áreas del conocimiento, como la sociología, la geografía, la economía, la antropología, la psicología, entre otras.

En el estudio del turismo, de acuerdo con Ramírez (2006) se han desarrollado diferentes enfoques teóricos, que han tratado de explicar el fenómeno desde diversas perspectivas. Algunos de los enfoques más destacados son:

- Enfoque económico: este enfoque se centra en el análisis de los aspectos económicos del turismo, como el gasto de los turistas, la generación de empleo y la contribución al PIB. El turismo se entiende como una actividad económica que genera ingresos y empleo en las regiones receptoras de turistas.
- Enfoque sociocultural: este enfoque pone el énfasis en los aspectos socioculturales del turismo, como la interacción entre los turistas y la población local, la construcción de identidades culturales y la transformación de las prácticas culturales en los destinos turísticos. El turismo se entiende como una forma de intercambio cultural entre diferentes sociedades y grupos.
- Enfoque geográfico: este enfoque se centra en el análisis de la distribución geográfica del turismo, así como en las características de los destinos turísticos. El turismo se entiende como un fenómeno geográfico, que se relaciona con la accesibilidad, la localización y las características físicas de los lugares.

- Enfoque psicológico: este enfoque se centra en el análisis de las motivaciones y expectativas de los turistas, así como en sus experiencias y percepciones de los destinos turísticos. El turismo se entiende como un fenómeno psicológico, que está relacionado con la satisfacción de necesidades y deseos personales

2.2 Concepto de Turismo Nacional

De manera concreta, podemos decir que el turismo nacional incluye tanto al turismo interno como al turismo emisor, es decir, los ciudadanos que viajan a otros destinos fuera del país, así como también las actividades realizadas por los turistas residentes dentro y fuera del país de referencia, esto siendo parte de sus viajes turísticos internos o emisores (OMT, 2008).

Ramírez (2006) define al turismo nacional como una forma de promover el conocimiento y la valoración de la diversidad cultural y natural de un país. Los turistas nacionales tienen la oportunidad de conocer y aprender sobre las distintas regiones, ciudades y comunidades del país, así como de disfrutar de su patrimonio cultural y natural. Además, el turismo nacional puede contribuir al desarrollo económico y social de las regiones turísticas y a la conservación de sus recursos naturales y culturales.

Por su parte, Acerenza (2006), conceptualiza el turismo nacional como una actividad económica que involucra la oferta y la demanda de servicios turísticos dentro del país. La oferta incluye alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento y otros servicios turísticos, mientras que la demanda incluye a los turistas nacionales que buscan disfrutar de estos servicios.

Turismo nacional se refiere a los viajes realizados dentro del territorio de un país por parte de sus propios ciudadanos o residentes. En el caso de México, el turismo nacional es aquel que se realiza por parte de los mexicanos dentro del país.

2.3 El Turismo en México

De acuerdo con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM, 2007), el turismo se posiciona como uno de los sectores más significativos y dinámicos de la economía global. Este impacto se debe a su capacidad para atraer inversiones, generar empleo, proporcionar divisas y fomentar el desarrollo regional.

El turismo se considera un motor económico notable, responsable de generar uno de cada once empleos a nivel mundial. Se proyecta que, en las próximas dos décadas, aproximadamente 16 billones de turistas viajarán por el mundo, generando una contribución económica estimada en dos billones de dólares (INEGI, 2021).

En México, el turismo desempeña un papel crucial dentro de la economía. No solo impulsa la creación de empleos y promueve el desarrollo regional, sino que también sirve como un canal para la promoción y valorización de los atractivos culturales y naturales del país.

2.4 Modelo de Turismo de Leiper

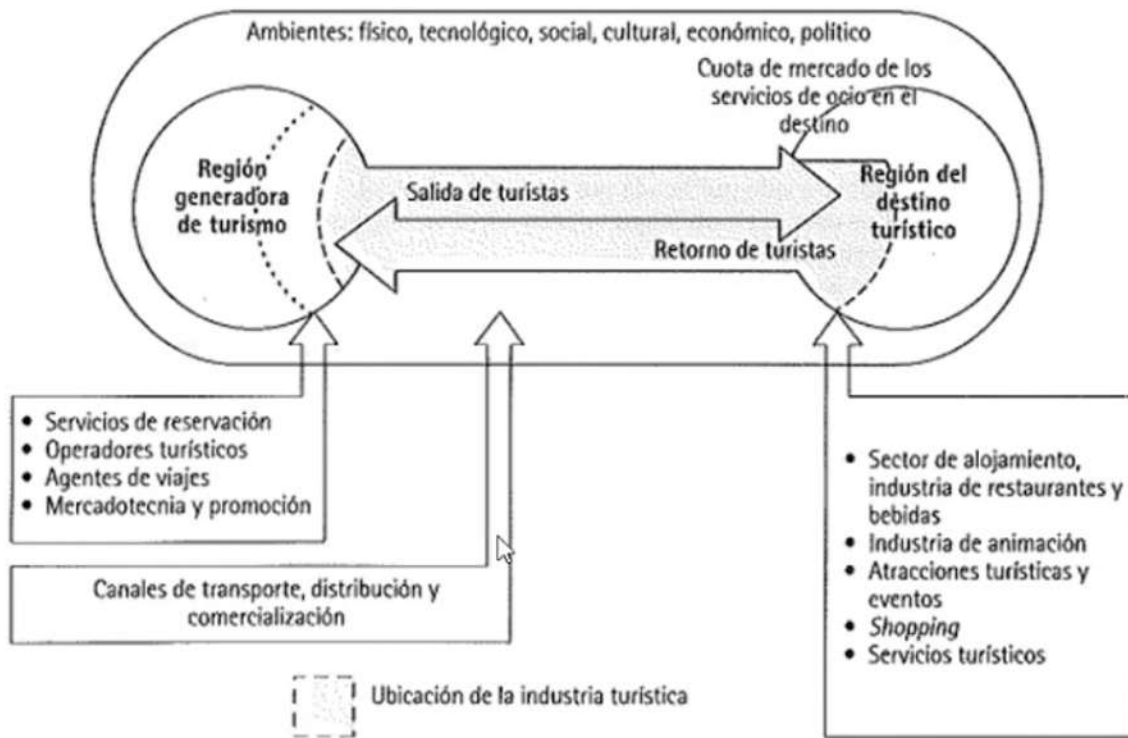
El modelo de sistema turístico de Leiper (1990) se basa en la idea de que la actividad turística es un proceso complejo que involucra a diferentes actores y elementos que interactúan entre sí. Según Leiper, un sistema turístico está compuesto por cuatro componentes principales: el entorno, la industria turística, el mercado turístico y el viajero.

1. Entorno: este componente se refiere a los factores físicos, biológicos, culturales y socioeconómicos que afectan la actividad turística en un destino determinado. En el caso de México, el entorno turístico está compuesto por la geografía del país, su clima, su rica historia y cultura, así como por la infraestructura y los recursos turísticos que posee.

2. Industria turística: este componente incluye a todas las empresas y organizaciones que proporcionan productos y servicios turísticos a los visitantes. En México, la industria turística está compuesta por hoteles, restaurantes, agencias de viajes, empresas de transporte, parques temáticos y otros proveedores de servicios turísticos.
3. Mercado turístico: este componente se refiere a los diferentes tipos de turistas que visitan un destino turístico, así como a sus necesidades, deseos y comportamientos. En México, el mercado turístico está compuesto por turistas nacionales y extranjeros que buscan experiencias culturales, de aventura, de sol y playa, de gastronomía, entre otras.
4. Viajero: este componente incluye a todas las personas que viajan por motivos turísticos, ya sea por placer, negocios o cualquier otra razón. En el contexto de México, los viajeros pueden ser turistas nacionales que buscan explorar diferentes regiones del país o turistas internacionales que vienen a conocer las maravillas naturales y culturales de México.

El modelo de sistema turístico de Leiper (1990) también destaca la importancia de la interacción entre estos cuatro componentes. Por ejemplo, el entorno turístico puede influir en las actividades que realiza la industria turística, la cual a su vez puede afectar el mercado turístico y las decisiones de viaje de los turistas. Asimismo, los comportamientos de los turistas pueden influir en la forma en que se desarrolla la industria turística y cómo se gestionan los recursos naturales y culturales en un destino turístico.

Figura 9 Modelo de Turismo de Leiper



Fuente: Elaboración propia con basado en el modelo de Leiper (1990)

2.5 Modelo de Turismo de Cuervo

Raimundo Cuervo (1967) fue uno de los primeros autores en abordar el turismo y su respectivo análisis desde una perspectiva de la teoría de sistemas, dando como principal aporte su sistema de turismo, también conocido como el Modelo de Turismo de Cuervo.

Cuervo (1967), considera al sistema turístico como modelo conceptual de procesos que tiene como base una serie de elementos que se ordenan de acuerdo a sus funciones, como localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los

principios o reglas del mercado como pueden ser la demanda, regulación o la oferta, manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango.

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

1.- Transporte.

2.- Hospedaje.

3.- Agencias de Viajeros.

4.- Guías Turísticos.

5.- Restaurantes, puestos de comida, cafeterías y otros comercios en donde los turistas puedan consumir alimentos y bebidas.

6.- Tiendas de souvenirs que oferten recuerdos, artículos de viaje y otro tipo de artículos del consumo usual para viajeros.

7.- Artículos como cuadros, además de otro tipo de productos especiales para turistas.

8.- Artesanías y productos endémicos de la región.

9.- Centros comerciales, donde los turistas pueden ir a divertirse en conjunto.

Se debe destacar que, hay una subdivisión, en otros subconjuntos, podemos observar a continuación (Cuervo, 1967):

1.- = (1.1, 1.2, 1.3,...1.n)

Siendo: 1.- = transporte

1.1.- = transportes aéreos mexicanos

1.2.- = transportes aéreos extranjeros

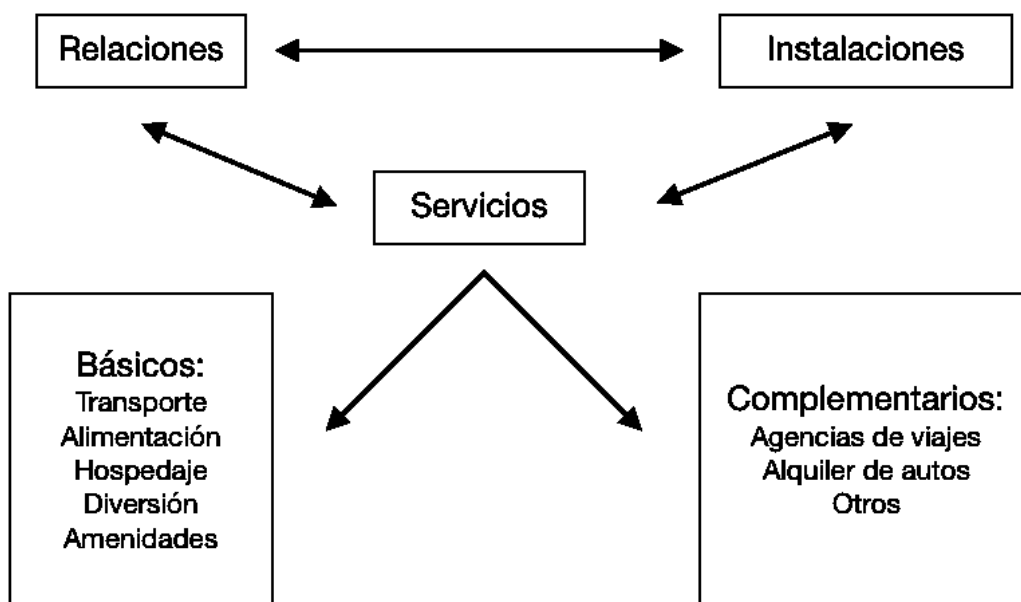
1.3.- = transporte en autobús mexicano

1.4.- = otras modalidades de transporte

Dentro de el análisis que realiza Cuervo, se basa en la premisa de que el turismo es un conjunto que tiene por objetivo principal el tener una adecuada comunicación. Si se acepta que, a través del viaje, ocurre un proceso comunicativo, se puede considerar como una hipótesis válida que el turismo es un "sistema" y que por consiguiente se puede determinar una función específica para dicho sistema, siendo en esta situación, la comunicación (Cuervo, 1967).

En este contexto, Cuervo (1967) afirma que el turismo actúa como un sistema de comunicación, caracterizado por transmitir positivamente información útil que fomenta la paz mundial. No obstante, también reconoce que puede afectar la armonía de las relaciones humanas. Por lo tanto, es fundamental que el sistema turístico opere como un medio de comunicación positiva.

Figura 10 Modelo Turístico de Cuervo



Fuente: Elaboración propia basado en el modelo propuesto por Cuervo (1967)

2.6 Modelo de Turismo de Molina

Para Molina (1991), un sistema turístico debe contar con 5 características esenciales: En primera instancia, deberá ser un sistema abierto, es decir, debe intercambiar energía, materia e información con su entorno, permitiendo así que sobreviva. En segunda instancia, deberá tener límites, de manera que sea posible definir el comienzo y el final de el entorno.

La primera delimitación debe estar definida por los límites políticos del territorio o destino que se va a planificar, mientras que los límites conceptuales determinan qué elementos se incluirán o excluirán del sistema turístico, lo que a su vez orienta los tipos de estudios que se realizarán.

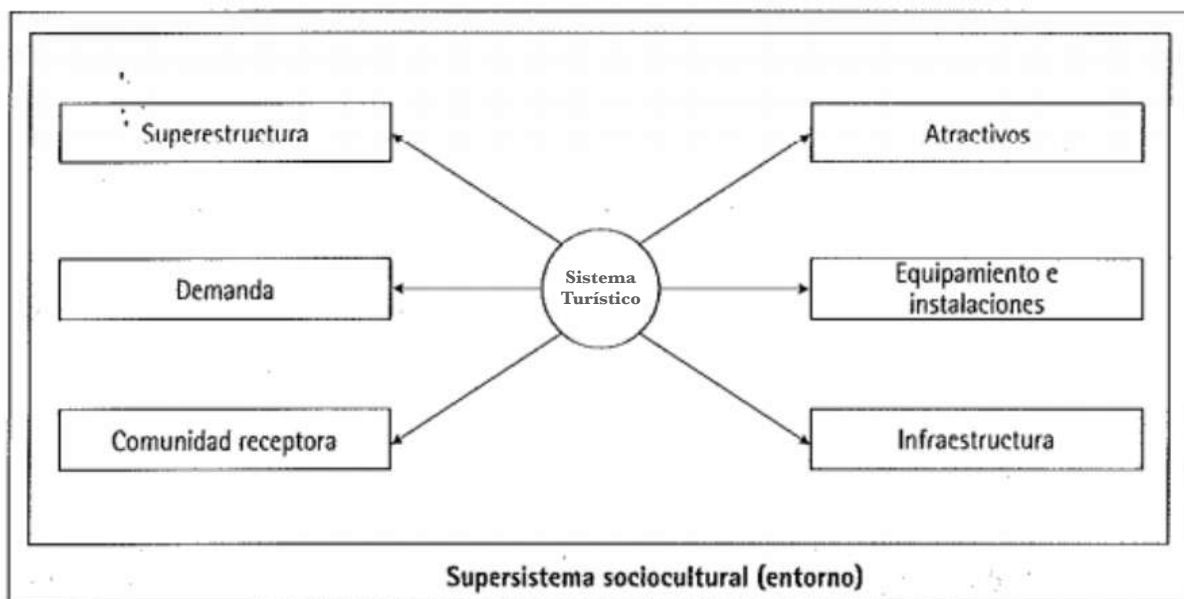
Como tercera característica, el sistema turístico debe estar compuesto por seis elementos o subsistemas esenciales para su identificación. Estos elementos son la gobernanza, la comunidad receptora, la demanda, la infraestructura, la oferta de servicios y los atractivos naturales y culturales.

La cuarta característica que define un sistema turístico, según Molina, es que debe tener un objetivo o propósito claro. Esto implica que su objetivo principal debe ser atraer y mantener la demanda turística, aunque puede ajustarse en función de los intereses locales de cada destino. La quinta característica es que debe tener un funcionamiento coherente, es decir, el sistema debe operar de manera integral con todas sus partes para lograr su propósito.

Para Molina, los subsistemas que conformar el modelo turístico son las siguientes:

- **A) Superestructuras:** organizaciones del sector público y privado; leyes, regulaciones, proyectos y programas.
- **B) Demanda:** turistas con residencia nacional y en otro país.
- **C) Infraestructura:** sistemas de transporte, alcantarillado, antenas telefónicas, servicios de internet, etc.
- **D) Atractivos:** pueden ser tanto hechos por el hombre, como por la naturaleza.
- **E) Instalaciones y equipo:** servicios de hospedaje, servicios de alimentos y bebidas, instalaciones como canchas deportivas y albercas.
- **F) Comunidad receptora:** Población local que esté conectada, directa o indirectamente con el sector turístico.

Figura 11 Modelo Turístico de Molina



Fuente: Elaboración propia con base en Molina (1991)

2.7 Modelo de Turismo a Proponer

Los modelos y sistemas previamente expuestos nos brindan una visión teórica detallada de los principales actores y factores que interactúan en un sistema turístico. Estos modelos ofrecen una comprensión integral de la dinámica turística, lo que nos permite ahora proponer un sistema que tome en consideración las variables específicas abordadas en esta investigación, así como sus interrelaciones.

Dentro de este esquema propuesto, identificamos tres actores principales que desempeñan roles fundamentales en el funcionamiento del sistema turístico: los turistas, el gobierno y los proveedores de servicios turísticos. Cada uno de estos actores ejerce una influencia significativa en el sistema y, a su vez, se ve afectado por una serie de factores que inciden en la demanda y oferta de turismo en el destino analizado.

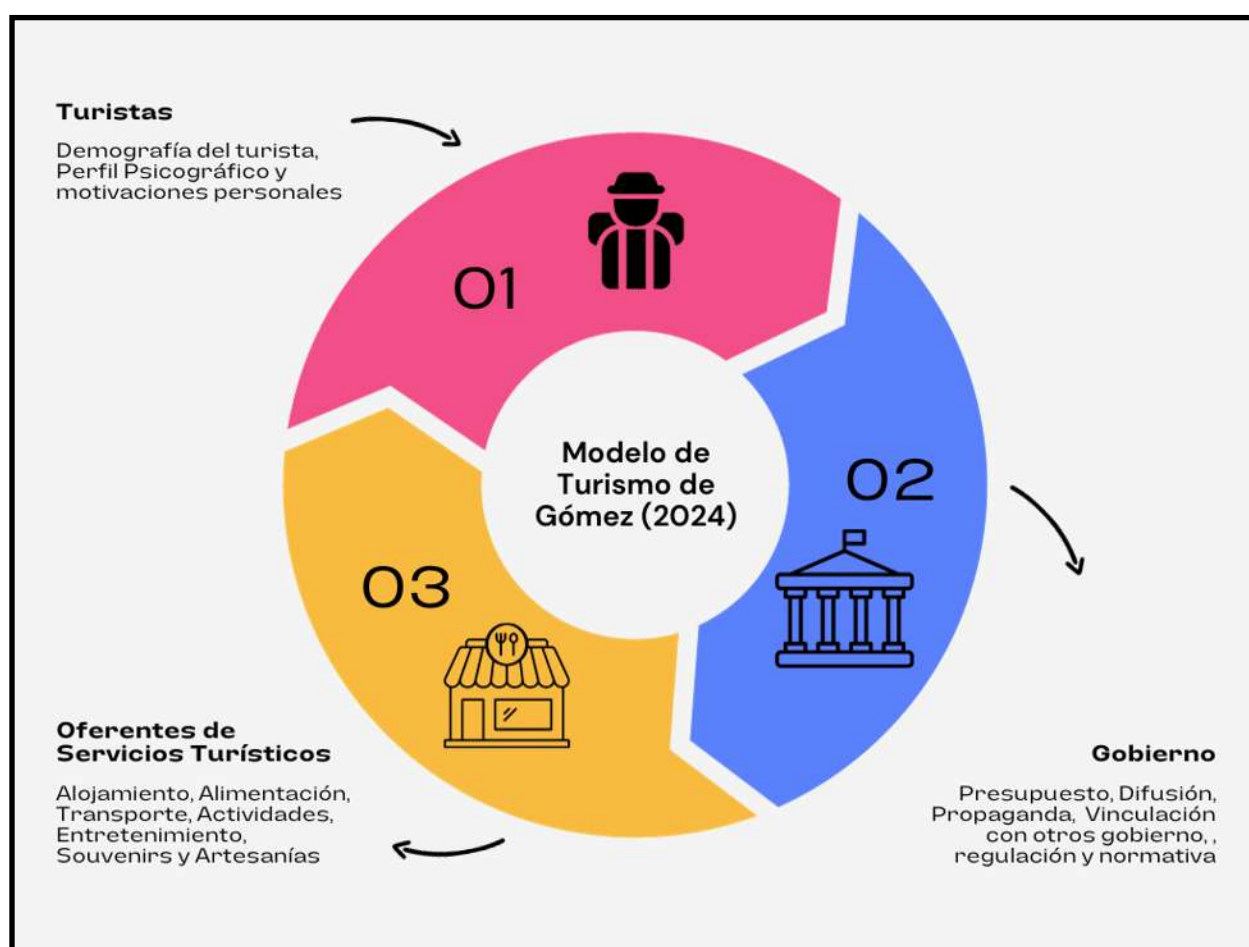
En primer lugar, los turistas representan el elemento central del sistema, ya que son los individuos o grupos que realizan desplazamientos con el propósito de experimentar actividades recreativas, culturales o de ocio en destinos turísticos. Sus decisiones de viaje están influenciadas por una variedad de factores, que van desde consideraciones económicas y socio-culturales hasta preferencias personales y tendencias de mercado.

Por otro lado, el gobierno asume un papel crucial en la configuración y regulación del entorno turístico a través de la formulación e implementación de políticas, programas y regulaciones que afectan la industria del turismo. Sus acciones abarcan desde la promoción de destinos turísticos hasta la gestión de infraestructuras y la preservación del patrimonio cultural y natural, todo ello con el objetivo de fomentar un desarrollo turístico sostenible y equitativo.

Los proveedores de servicios turísticos, por su parte, constituyen el entramado empresarial y comercial que ofrece una amplia gama de servicios y productos turísticos, que van desde alojamiento y transporte hasta actividades recreativas y gastronomía. Su contribución al sistema radica en la provisión de experiencias y servicios de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas, contribuyendo así al desarrollo y la competitividad del destino.

En resumen, este sistema propuesto reconoce la interdependencia y las complejas interacciones entre los diferentes actores y factores que configuran la industria turística. Su comprensión profunda nos permite diseñar estrategias y políticas efectivas para promover un turismo sostenible, inclusivo y económicamente viable en el destino estudiado.

Figura 12. Modelo Turístico de Gómez



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 3. GASTO DE GOBIERNO EN POLÍTICAS TURÍSTICAS

El presente capítulo se erige como un bastión teórico destinado a explorar en profundidad el papel del gasto gubernamental en el ámbito de las políticas turísticas, desvelando su trascendencia y abordando una mirada de enfoques multidisciplinarios que enriquecen su comprensión.

En un primer tramo, se inicia con un análisis teórico detallado que subraya la relevancia crucial del gobierno como motor impulsor de las políticas turísticas. Se profundiza en la naturaleza de su intervención, destacando su papel como agente catalizador de iniciativas que buscan fomentar el desarrollo sostenible del sector turístico, así como la promoción y preservación de los recursos culturales y naturales que conforman el patrimonio de un país (Ramírez, 1981).

A continuación, se emprende un recorrido por diversos enfoques multidisciplinarios que enriquecen la comprensión del gasto gubernamental en políticas turísticas. Se abordan perspectivas desde la economía, explorando cómo el gasto público puede estimular el crecimiento y la competitividad del sector turístico, así como desde la psicología social y la sociología, analizando cómo las políticas gubernamentales pueden influir en las percepciones y comportamientos de los actores involucrados en la industria turística. (Muñoz de Escalona, 2004)

Como tercer punto de análisis, se despliega una discusión detallada sobre el concepto de multiplicador económico y su relevancia en el contexto del turismo. Se examina cómo las inversiones públicas en infraestructura turística y promoción pueden desencadenar efectos multiplicadores en la economía, generando empleo, atrayendo inversiones privadas y estimulando el crecimiento económico en distintos sectores relacionados con el turismo.

En suma, este capítulo ofrece un análisis comprehensivo y multidimensional del gasto de gobierno en políticas turísticas, resaltando su importancia estratégica y su potencial para impulsar el desarrollo socioeconómico y cultural de un país.

3.1 Importancia del gasto de gobierno en políticas turísticas

El gasto de gobierno en turismo es importante por varias razones. En primer lugar, el turismo es una fuente importante de ingresos y empleo en muchos países, y el apoyo gubernamental puede ayudar a desarrollar y fortalecer el sector turístico. Esto puede generar empleos directos e indirectos en el sector turístico y contribuir al crecimiento económico del país (Ramírez, 1981).

En segundo lugar, el gasto gubernamental en turismo puede ayudar a mejorar la infraestructura turística del país, lo que puede atraer a más turistas y aumentar los ingresos del sector. Esto puede incluir inversiones en carreteras, aeropuertos, alojamientos turísticos y otros servicios turísticos.

Además, el gasto gubernamental en turismo puede ser utilizado para promover el país como destino turístico a nivel internacional y atraer a turistas de otros países. Esto puede incluir campañas de publicidad y promoción, así como la participación en ferias y eventos turísticos internacionales. (Muñoz de Escalona, 2004)

Por consiguiente, se determina el gasto gubernamental en turismo como importante ya que puede contribuir al desarrollo y fortalecimiento del sector turístico, generar empleo y crecimiento económico, además de mejorar la infraestructura de una economía.

3.2 Papel del gobierno desde el gasto en turismo

Desde una perspectiva de política pública, se sugiere que el gobierno adopte enfoques estratégicos para gestionar el gasto destinado al turismo. En primer lugar, se aboga por una asignación cuidadosa de recursos, basada en un análisis exhaustivo de las necesidades y potencialidades de cada región. Esto implica la formulación de políticas que identifiquen y respalden proyectos turísticos clave con el objetivo de maximizar el impacto económico y social (Ramírez, 1981).

Para estimular el crecimiento sostenible de la industria turística, se propone que el gobierno implemente políticas que ofrezcan incentivos económicos y fiscales a inversores y empresas comprometidas con proyectos turísticos responsables.

Estos incentivos, que pueden incluir exenciones fiscales y facilidades crediticias, buscan promover la participación activa del sector privado en el desarrollo turístico.

Una gestión efectiva del gasto gubernamental en turismo requiere mecanismos de supervisión y evaluación sólidos. La implementación de políticas que establezcan indicadores claros y procesos de rendición de cuentas garantizará la transparencia y eficiencia en la gestión de recursos. Además, se sugiere que el gobierno promueva la participación de las comunidades locales en la toma de decisiones, diseñando políticas que faciliten la consulta y la participación ciudadana. (Muñoz de Escalona, 2004)

Para optimizar la eficacia de los recursos, es crucial que el gobierno impulse programas de formación y capacitación en la industria turística. Estos programas deben abarcar áreas como gestión turística, conservación ambiental y promoción de destinos, contribuyendo así a una gestión más profesional y sostenible de la actividad turística.

La sostenibilidad ambiental y cultural debe ser una prioridad en el gasto turístico. Se recomienda que el gobierno establezca políticas que fomenten prácticas sostenibles, la conservación del patrimonio cultural y la mitigación de impactos negativos en el medio ambiente (OMT, 2008).

Finalmente, para maximizar el impacto del gasto público en turismo, se propone que el gobierno promueva políticas que fomenten la diversificación de las ofertas turísticas. Apoyar el desarrollo de productos turísticos innovadores y experiencias únicas contribuirá a atraer a una variedad de segmentos de mercado y a diferenciar destinos de manera efectiva.

En conjunto, estas políticas públicas integrales tienen como objetivo no solo potenciar la industria turística, sino también garantizar un desarrollo sostenible y beneficios duraderos para las comunidades locales involucradas en esta importante actividad económica (Ramírez, 1981).

3.3 Programas Públicos en el Turismo

En el ámbito teórico, la gestión eficaz del turismo mediante programas públicos se basa en principios fundamentales que buscan equilibrar el crecimiento económico con la sostenibilidad ambiental y cultural. En este contexto, el desarrollo sostenible emerge como un enfoque integral que guía la formulación de políticas, asegurando que el turismo beneficie a las comunidades locales a largo plazo. (Muñoz de Escalona, 2004)

Desde la teoría, se aboga por la participación activa de las comunidades locales en la planificación y ejecución de programas turísticos. La inclusión de enfoques participativos garantiza que las voces locales sean escuchadas, considerando sus necesidades y perspectivas, y promoviendo la apropiación comunitaria de las iniciativas turísticas (Rubio, 2013).

La planificación estratégica y la gestión eficaz del destino son principios respaldados teóricamente. Esto implica identificar y diversificar los atractivos turísticos, mejorar la infraestructura y promover el destino de manera efectiva. La gestión del destino, centrada en equilibrar oferta y demanda, minimiza impactos negativos y maximiza beneficios económicos y sociales.

En el ámbito teórico, se reconoce la importancia de incentivar la inversión privada en el turismo. La inclusión de incentivos como exenciones fiscales y subsidios busca estimular la participación del sector privado en el desarrollo y gestión de proyectos turísticos, aprovechando la colaboración público-privada para potenciar recursos y conocimientos (Ruiz, 1996).

La investigación y evaluación continuas se presentan como principios clave. La teoría aboga por la integración de la investigación para la toma de decisiones informada y la evaluación constante para ajustar políticas y programas según las dinámicas cambiantes del turismo, asegurando adaptabilidad y mejora continua.

Desde una perspectiva teórica, se destaca la importancia de programas que promuevan la diversidad cultural y la autenticidad en el turismo. Esto implica fomentar experiencias turísticas que respeten y valoren la identidad cultural local, evitando la homogeneización y preservando la autenticidad de los destinos (Ramírez, 1981).

3.4 Enfoques multidisciplinarios del gasto de gobierno en políticas turísticas

Desde la perspectiva económica, el gasto del gobierno en promoción turística puede ser evaluado en términos de su impacto en la economía local y nacional. Un estudio económico podría examinar los efectos de la promoción turística en el crecimiento del sector turístico, el empleo, la inversión extranjera, la balanza de pagos y otros indicadores económicos. El objetivo sería determinar si el gasto en promoción turística es una inversión rentable para el gobierno. (Ejarque, 2005).

Por otro lado, la psicología social podría estudiar cómo la promoción turística influye en las percepciones y actitudes de los turistas potenciales. Se podría analizar cómo las imágenes y mensajes utilizados en la promoción turística afectan la forma en que los turistas perciben los destinos, y cómo estas percepciones influyen en sus decisiones de viaje. También se podría examinar cómo la publicidad turística afecta las actitudes de los residentes locales hacia el turismo y su impacto en la comunidad (Valenti-Nigrini, & Flores-Llanos, 2009).

Desde una perspectiva sociológica, el gasto del gobierno en promoción turística podría ser evaluado en términos de su impacto en la cultura y la identidad de una comunidad. Se podría analizar cómo la promoción turística influye en la representación de la cultura y las tradiciones locales y cómo estas representaciones afectan la percepción de la comunidad sobre su propia identidad. También se podría examinar cómo la promoción turística influye en la interacción entre los turistas y los residentes locales y cómo esta interacción afecta la relación entre ambos grupos (Muñoz de Escalona, 2004).

En conclusión, el gasto del gobierno en promoción turística puede ser evaluado desde diferentes perspectivas científicas, cada una con su propio enfoque y objetivos. Al examinar el impacto de la promoción turística desde múltiples perspectivas, se pueden obtener una visión más completa y detallada de sus efectos en la economía, la cultura y la sociedad.

3.5 El efecto multiplicador del gasto de gobierno en políticas turísticas

La teoría del multiplicador económico es un concepto importante en la economía que se utiliza para analizar el impacto de los cambios en el gasto en una economía. Esta teoría postula que un aumento en el gasto en un determinado sector o actividad económica puede tener un efecto multiplicador en el crecimiento económico, generando un aumento en la producción y el empleo en otros sectores relacionados.

El multiplicador económico se basa en la idea de que el gasto en un sector específico crea ingresos adicionales en la economía a medida que se gasta nuevamente en otros sectores (Bee de Dagum, 1963).

Cuando el gasto aumenta en un área determinada, esto crea una demanda adicional para los bienes y servicios producidos por otras industrias, lo que a su vez genera más ingresos y empleo en esas áreas. Este proceso continúa en cascada a medida que el ingreso generado por el gasto inicial se gasta nuevamente, creando un efecto multiplicador en toda la economía (Ramírez, 1981).

Para entender mejor cómo funciona el multiplicador económico, podemos considerar un ejemplo práctico. Supongamos que el gobierno invierte en la construcción de una nueva infraestructura turística, como la ampliación de un aeropuerto o la construcción de un nuevo hotel. Esta inversión inicial genera empleo y demanda de materiales de construcción, lo que a su vez beneficia a la industria de la construcción y a sus proveedores (Ball, Ibanez & Picardi, 2006) .

Con el tiempo, el personal contratado en la construcción del proyecto gasta sus salarios en bienes y servicios, como alimentos, transporte, ropa, entretenimiento, etc. Esto crea una demanda adicional en otras industrias, como la agricultura, el transporte y el comercio minorista. A su vez, estas industrias experimentan un aumento en sus ingresos y empleo, lo que lleva a más gastos y así sucesivamente.

El multiplicador económico se puede representar mediante una fórmula, donde el valor del multiplicador (denotado como "k") es igual al cambio total en el ingreso dividido por el cambio inicial en el gasto. Un multiplicador de 1 significa que cada unidad de gasto genera una unidad adicional de ingreso en la economía. Sin embargo, en la práctica, el multiplicador es a menudo mayor que 1, lo que significa que el impacto total en el ingreso es mayor que el gasto inicial (Bee de Dagum, 1963).

Es importante tener en cuenta que el multiplicador económico puede variar según las condiciones económicas y las características de cada país o región. También puede haber efectos de derrame y de filtrado que reduzcan el tamaño del multiplicador. Sin embargo, en general, la teoría del multiplicador económico proporciona una base teórica sólida para comprender cómo los cambios en el gasto pueden tener un efecto más amplio en toda la economía, lo que es especialmente relevante en la planificación de políticas económicas y de desarrollo (Fernández, R. A & Ruff, T. E. 2017).

La promoción turística y la organización de eventos son estrategias fundamentales para fomentar el crecimiento y desarrollo del turismo en un destino. Estas acciones tienen un impacto significativo en la economía local y generan una serie de beneficios económicos y sociales que repercuten en toda la comunidad.

En primer lugar, la promoción turística tiene como objetivo dar a conocer un destino y sus atractivos a nivel nacional e internacional. Mediante campañas de marketing y publicidad, tanto en medios tradicionales como en plataformas digitales, se busca atraer la atención de potenciales turistas y despertar su interés en visitar la región (OMT, 2008).

La creación de materiales promocionales, la participación en ferias y eventos turísticos, y la promoción a través de redes sociales son solo algunas de las estrategias utilizadas para difundir los encantos del destino (Ball, Ibanez & Picardi, 2006).

Además de atraer turistas, la promoción turística tiene un impacto directo en la economía local a través del gasto realizado por los visitantes. Los turistas gastan en alojamiento, transporte, alimentación, compras y actividades recreativas, lo que genera ingresos para hoteles, restaurantes, tiendas y otros negocios locales.

Estos ingresos adicionales pueden tener un efecto multiplicador en la economía, ya que los beneficiarios del gasto turístico también destinan parte de sus ingresos a otros sectores, generando una cadena de beneficios económicos (Bee de Dagum, 1963).

Asimismo, la promoción turística no solo beneficia al sector turístico en sí, sino que también impulsa a sectores económicos relacionados. Por ejemplo, el aumento en la demanda turística puede estimular el crecimiento de la industria alimentaria, el comercio minorista, el transporte, la artesanía y otros servicios turísticos.

De igual manera, el turismo puede tener un efecto positivo en la demanda de bienes y servicios de sectores como la agricultura y la industria manufacturera, ya que los turistas buscan productos y souvenirs locales (Fernández, R. A & Ruff, T. E. 2017).

Por otro lado, la organización de eventos turísticos es otra estrategia utilizada para atraer visitantes y dinamizar la economía local. Los eventos pueden ser de diversa índole, como festivales culturales, ferias comerciales, eventos deportivos, congresos y convenciones, entre otros. Estos eventos atraen a un gran número de visitantes, lo que proporciona una oportunidad única para mostrar los atractivos culturales, naturales y recreativos del destino (Bee de Dagum, 1963).

Los eventos turísticos generan un impacto económico directo mediante el gasto realizado por los asistentes en alojamiento, alimentación y actividades relacionadas con el evento. Además, la organización de estos eventos requiere la contratación de personal, servicios y bienes locales, lo que impulsa la economía y genera empleo en diferentes áreas (Fernández, R. A & Ruff, T. E. 2017).

Además del impacto económico, la organización de eventos turísticos también puede tener un impacto positivo en el posicionamiento y desarrollo del destino. Un evento exitoso puede mejorar la imagen de un destino, atraer inversiones y estimular el desarrollo sostenible. Asimismo, los eventos turísticos pueden tener un efecto duradero en la comunidad local, al fomentar el orgullo y la identidad cultural, y fortalecer la cohesión social (Ball, Ibanez & Picardi, 2006).

En conclusión, la promoción turística y la organización de eventos son estrategias fundamentales para el desarrollo de la industria turística y el crecimiento económico de un destino. Estas acciones generan ingresos, impulsan sectores económicos relacionados, generan empleo y contribuyen al desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de la comunidad local.

Es esencial que las políticas de promoción y eventos turísticos se diseñen de manera integral, teniendo en cuenta los aspectos culturales, sociales y ambientales del destino, para asegurar un impacto positivo y sostenible en la economía y la sociedad local.

CAPÍTULO 4. PRECIOS EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

En este capítulo se aborda de manera detallada el complejo tema de los precios de los servicios turísticos y su impacto en la dinámica de oferta y demanda en el sector del turismo. Se realiza un análisis exhaustivo de los diversos factores que influyen en la determinación de los precios de los servicios turísticos, así como de las estrategias utilizadas por los proveedores de estos servicios para fijar sus tarifas.

Es importante comprender que los precios de los servicios turísticos están influenciados por una serie de variables, que van desde factores económicos y estacionales hasta consideraciones relacionadas con la calidad y la exclusividad de la experiencia ofrecida. Además, la percepción del valor por parte de los turistas desempeña un papel crucial en la fijación de precios, ya que estos evalúan la relación entre el costo del servicio y los beneficios y satisfacción que esperan obtener de él.

En este contexto, se analizan en profundidad las diferentes estrategias de fijación de precios empleadas por los proveedores de servicios turísticos, que pueden incluir desde la fijación de precios dinámicos y diferenciados hasta la utilización de descuentos y promociones para atraer a diferentes segmentos de mercado. Se examina también cómo las fluctuaciones en los costos de producción, los cambios en la demanda y la competencia en el mercado afectan las decisiones de fijación de precios de los proveedores.

Además, se lleva a cabo un estudio detallado de la amplia variedad de servicios turísticos disponibles en el mercado, que abarcan desde opciones de alojamiento en hoteles y casas de huéspedes hasta restaurantes, transporte, guías turísticos y una amplia gama de actividades recreativas y de ocio. Se analiza cómo la diversidad de estas opciones afecta las decisiones de los turistas en cuanto a la elección de destinos y la planificación de sus viajes, así como su impacto en la competitividad y posicionamiento de los destinos turísticos en el mercado global.

4.1 Importancia de los precios en los servicios turísticos

Los precios de los servicios turísticos, como alojamiento y transporte, pueden incidir en el turismo de varias maneras. En primer lugar, los precios altos pueden disuadir a algunos turistas de visitar un destino, ya que pueden considerar que el costo del viaje es demasiado elevado. Esto puede reducir la cantidad de turistas que visitan un destino y afectar negativamente su economía (Ortíz & Villareal, 2021).

En segundo lugar, los precios bajos pueden atraer a más turistas a un destino, ya que pueden considerar que el costo del viaje es más accesible. Esto puede aumentar la cantidad de turistas que visitan un destino y contribuir al crecimiento económico del mismo.

Además, los precios también pueden afectar el tipo de turistas que visitan un destino. Por ejemplo, si los precios son altos, pueden atraer a turistas de ingresos altos que están dispuestos a pagar más por un viaje de lujo. Si los precios son bajos, pueden atraer a turistas de ingresos más bajos que buscan un viaje económico (Campo & Yagüe, 2007).

También es un factor a considerar que el contar con precios bajos en los servicios turísticos pueden tener un impacto negativo, de acuerdo con Ramírez (1983), los servicios turísticos con precios bajos pueden incentivar a los oferentes a producir servicios de una calidad menor, afectando negativamente sobre la percepción y experiencia del turista.

4.2 Los precios bajos en el turismo

Los precios bajos en el turismo pueden tener un impacto positivo y negativo en un destino. En primer lugar, los precios bajos pueden atraer a más turistas a un destino, ya que pueden considerar que el costo del viaje es más accesible. Esto puede aumentar la cantidad de turistas que visitan un destino y contribuir al crecimiento económico del mismo.

Sin embargo, los precios bajos también pueden afectar negativamente la calidad de los servicios turísticos. Si los precios son demasiado bajos, pueden no ser suficientes para cubrir los costos de operación de las empresas turísticas. Esto puede llevar a una disminución en la calidad de los servicios, como alojamiento y transporte, lo que puede desanimar a los turistas de volver a visitar el destino en el futuro.

Además, los precios bajos también pueden desincentivar la inversión en infraestructura turística y en la promoción del destino. Si las empresas turísticas no pueden obtener ganancias suficientes, pueden no estar dispuestas a invertir en mejoras en la infraestructura o en campañas de promoción. Esto puede limitar el crecimiento del sector turístico y afectar negativamente la economía del destino (Campo & Yagüe, 2007).

4.3 Servicios turísticos más conocidos

1. Alojamiento: Los servicios de alojamiento incluyen hoteles, hostales, albergues, campings, casas rurales y otros tipos de alojamientos turísticos.
2. Transporte: Los servicios de transporte incluyen aerolíneas, autobuses, trenes, barcos, taxis y otros medios de transporte que llevan a los turistas a diferentes destinos.
3. Guías turísticos: Los guías turísticos son profesionales que ofrecen información y asesoramiento sobre los lugares que visitan los turistas.
4. Excursiones y actividades: Los servicios de excursiones y actividades incluyen visitas a lugares de interés, actividades al aire libre, deportes acuáticos, visitas a museos y otros tipos de actividades turísticas.
5. Restauración: Los servicios de restauración incluyen restaurantes, bares, cafés y otros establecimientos que ofrecen comidas y bebidas a los turistas.

De forma concreta, podemos afirmar que los servicios turísticos mas conocidos son aquellos relacionados con el alojamiento, el transporte, los guías turísticos, las excursiones y actividades, y la restauración (Ramírez, 1981).

4.4 Servicio de alojamiento en el turismo

El servicio de alojamiento en el turismo hace referencia de forma directa a los servicios que ofrecen los diferentes tipos de alojamientos turísticos, como hoteles, hostales, albergues, campings, casas rurales y otros. Estos servicios brindan a los turistas un lugar donde pueden dormir y descansar durante sus viajes (Cassanego & Simoni, 2010).

Los servicios de alojamiento en el turismo pueden variar en cuanto a la calidad y el precio, y pueden ofrecer diferentes niveles de confort y servicios. Los hoteles suelen ser los alojamientos más lujosos y costosos, mientras que los hostales y albergues son más económicos y pueden ofrecer una experiencia más sencilla y básica.

Los servicios de alojamiento en el turismo pueden ser proporcionados por diferentes tipos de empresas, como hoteles, cadenas hoteleras, agencias de viajes y otros. Estos servicios son un componente clave del sector turístico y pueden influir en la decisión de un turista de visitar un destino en particular. (Muñoz de Escalona, 2004)

En resumen, el servicio de alojamiento en el turismo es un servicio que ofrece diferentes tipos de alojamientos turísticos a los turistas durante sus viajes.

4.5 Servicio de Transporte en el Turismo

Los servicios de transporte en el turismo se refieren a los servicios que ofrecen diferentes medios de transporte a los turistas durante sus viajes. Estos servicios permiten a los turistas llegar a diferentes destinos y moverse dentro de los mismos (Tremont & Hernández, 2010).

Los servicios de transporte en el turismo pueden incluir aerolíneas, autobuses, trenes, barcos, taxis y otros medios de transporte. Pueden ser proporcionados por diferentes empresas, como aerolíneas, compañías de autobuses, compañías ferroviarias y otros.

Los servicios de transporte en el turismo son un componente clave del sector turístico y pueden influir en la decisión de un turista de visitar un destino en particular. Además, pueden afectar la experiencia turística de los visitantes y su satisfacción con el destino. (Ramírez, 1981).

4.6 El servicio de guías turísticos en el turismo

El servicio de guías turísticos en el turismo se refiere a los servicios que ofrecen profesionales especializados en brindar información y asesoramiento a los turistas sobre los lugares que visitan. Los guías turísticos son expertos en la historia, la cultura, la geografía y otros aspectos de los destinos turísticos y pueden ayudar a los turistas a conocer más sobre ellos (Cassanego & Simoni, 2010).

Los servicios de guías turísticos en el turismo pueden ser proporcionados por diferentes empresas, instituciones o profesionales individuales. Pueden ofrecerse de manera presencial, en grupos o de manera individual, y pueden incluir diferentes modalidades, como visitas guiadas, tours en autobús, recorridos en bicicleta o en barco, entre otros.

Los servicios de guías turísticos en el turismo son un componente importante del sector turístico y pueden contribuir a mejorar la experiencia de los turistas y aumentar su satisfacción con el destino. Además, pueden ser una fuente valiosa de información y conocimiento sobre el destino (Campo & Yagüe, 2007).

En resumen, el servicio de guías turísticos en el turismo es un servicio que ofrece profesionales especializados en brindar información y asesoramiento a los turistas sobre los lugares que visitan. Es un componente importante del sector turístico y puede contribuir a mejorar la experiencia de los turistas y aumentar su satisfacción con el destino.

4.7 El servicio de excursiones y actividades en el turismo

Un servicio de excursiones y actividades en el turismo se refiere a una empresa que ofrece diferentes actividades turísticas y excursiones a visitantes de una ciudad o región (Veldez Muñoz, 2003).

Estas actividades pueden incluir visitas guiadas a lugares turísticos, actividades al aire libre como senderismo o rafting, o experiencias culturales como degustaciones de vino o visitas a talleres artesanales. El objetivo de estos servicios es ofrecer a los visitantes una forma divertida y enriquecedora de explorar una nueva ciudad o región.

4.8 El servicio de restauración

El servicio de restauración en turismo se refiere a la parte de la industria turística que se encarga de la preparación y servicio de alimentos y bebidas en lugares de interés turístico. Esto puede incluir restaurantes en hoteles, bares y cafeterías en lugares turísticos, así como servicios de catering en eventos turísticos. El objetivo de este servicio es ofrecer a los turistas una amplia variedad de opciones gastronómicas que se adapten a sus gustos y necesidades (Geovan dos Reis, Baptista & Fabíula, 2017).

El servicio de alimentos en turismo es una parte importante de la industria turística por varias razones. En primer lugar, la calidad y variedad de la comida y bebida disponibles en un lugar turístico puede influir en la decisión de un turista de visitar o no un lugar. Una buena oferta gastronómica puede ser un factor determinante para muchos turistas a la hora de elegir su destino de vacaciones. (Muñoz de Escalona, 2004)

Además, el servicio de alimentos en turismo puede contribuir a la economía local. Muchos restaurantes y otros establecimientos gastronómicos en lugares turísticos son propiedad de empresarios locales, lo que puede generar empleo y aportar ingresos a la economía local.

Por último, el servicio de alimentos en turismo puede ser una forma de promover la cultura local. La gastronomía de un lugar suele ser un reflejo de su cultura y tradiciones, por lo que ofrecer a los turistas la oportunidad de probar la comida local puede ayudarles a conocer y apreciar la cultura del lugar que visitan (Tremont & Hernández, 2010).

PARTE III. TRABAJO DE CAMPO

Dentro de esta sección del trabajo se profundiza en los intrincados trabajos de diseño del instrumento utilizado en la investigación, el cual en este caso ha sido una encuesta estructurada. Este proceso abarca desde la meticulosa determinación del universo y la muestra representativa hasta el cuidadoso establecimiento de los criterios de selección, con el fin de garantizar que la muestra refleje de manera precisa y representativa la población objetivo en estudio.

Es fundamental destacar la importancia de adoptar un enfoque riguroso y coherente para el análisis de los datos recopilados durante el proceso de recolección. Este análisis no solo debe ser meticuloso, sino también estratégicamente alineado con los objetivos de la investigación, con el propósito de extraer conclusiones válidas y relevantes que contribuyan al avance del conocimiento en el área específica de estudio.

En el diseño del instrumento, es decir, la encuesta estructurada en este caso, se concentran esfuerzos en asegurar su idoneidad para la obtención de datos confiables y significativos. Esto implica la cuidadosa elaboración de preguntas claras y pertinentes, así como la selección de opciones de respuesta adecuadas que faciliten la expresión de los participantes de manera precisa.

Además, se otorga una atención especial a aspectos como el formato y la presentación del instrumento. Un diseño visualmente atractivo y organizado contribuye a mejorar la comprensión por parte de los encuestados y, por ende, a aumentar la tasa de respuesta, lo cual es vital para garantizar la representatividad y la validez de los resultados obtenidos.

En última instancia, la meticulosa atención prestada a cada uno de estos elementos del diseño del instrumento no solo contribuirá a la recopilación de datos de alta calidad, sino que también sentará las bases para un análisis profundo y adecuado que permita abordar de manera efectiva los objetivos de la investigación y generar conocimiento significativo en el campo estudiado.

CAPÍTULO 5. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo desempeña un papel fundamental en la investigación de políticas públicas, ya que permite recopilar datos e información de primera mano en el entorno en el que se desarrollan estas políticas. Este enfoque metodológico implica salir del entorno teórico y sumergirse en la realidad con el objetivo de comprender mejor los problemas, identificar necesidades y evaluar el impacto de las políticas en la población objetivo.

Durante el trabajo de campo, el investigador deberá interactuar directamente con las comunidades, los actores clave y los beneficiarios de las políticas públicas. A través de entrevistas, observaciones y encuestas, se recopilan datos cualitativos y cuantitativos que ayudan a obtener una visión más completa y precisa de la situación. Esto proporciona una base sólida para analizar los resultados de las políticas, evaluar su eficacia y realizar ajustes necesarios.

La importancia del trabajo de campo radica en su capacidad para ofrecer una perspectiva más contextualizada y enriquecedora de las políticas públicas. Permite comprender las dinámicas sociales, culturales y económicas que influyen en la implementación y efectividad de las políticas. Además, el trabajo de campo facilita la detección de desafíos, barreras y oportunidades que pueden haber sido pasados por alto en los análisis teóricos.

Otro aspecto clave es la participación y el empoderamiento de la población involucrada. El trabajo de campo permite dar voz a las personas afectadas por las políticas públicas, brindándoles la oportunidad de expresar sus preocupaciones, necesidades y opiniones. Esto fomenta la construcción de políticas más inclusivas y centradas en las personas, al tiempo que fortalece la legitimidad y aceptación de las intervenciones por parte de la comunidad.

5.1 Universo de Estudio 1

Dada la naturaleza del presente estudio y del estado de Michoacán de Ocampo, la investigación contempla dos universos de estudio, reconociendo la complejidad inherente a los sistemas turísticos, donde distintos actores influyen de manera significativa. Es por ello que se ha considerado necesario definir dos variables independientes clave (x_1 = gasto de gobierno en promoción turística y; x_2 = precio en los servicios turísticos), cada una de las cuales requerirá un enfoque particular para su delimitación.

En consecuencia, se planifica la realización de dos universos de estudio, cada uno respaldado por una muestra específica y empleando instrumentos de medición adaptados a las particularidades de las variables en estudio.

En primer lugar, se enfocará en el universo de los turistas nacionales que visitan el estado de Michoacán de Ocampo. Según la información obtenida del portal de datos de la Secretaría de Turismo (DATATUR), durante el año 2022, la entidad federativa recibió la notable cifra de 4 millones 924 mil turistas.

A través de instrumentos dirigidos a este grupo demográfico específico, se buscará obtener información detallada sobre sus percepciones, comportamientos y preferencias en relación con los servicios turísticos ofrecidos en la región. Este enfoque permitirá comprender mejor la demanda turística, así como identificar tendencias y áreas de oportunidad para el desarrollo y la promoción del sector en Michoacán.

5.1.1 Muestra 1

Como primer muestra de investigación se implementará un enfoque metodológico sólido y riguroso que garantice la representatividad de la población objetivo. En este caso, se empleará la fórmula para calcular muestras en poblaciones finitas propuesta por Hernández-Sampieri (2022), que ofrece un marco estadístico confiable para determinar el tamaño muestral necesario.

Este método se basa en consideraciones estadísticas fundamentales que permiten establecer una muestra con un nivel de confianza del 95%, lo cual es crucial para garantizar la validez y la generalización de los resultados obtenidos.

Al utilizar esta fórmula, se asegurará que la muestra obtenida sea lo suficientemente representativa del universo de estudio, lo que significa que los datos recopilados reflejarán de manera precisa las características, tendencias y patrones presentes en la población objetivo. Esto es esencial para obtener conclusiones significativas y aplicables a nivel general, así como para minimizar el sesgo muestral y aumentar la fiabilidad y validez de los resultados obtenidos.

Figura 13. Fórmula para cálculo de muestras en poblaciones finitas

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

Fuente: elaboración propia con base en Hernández-Sampieri (2022)

N = Turistas llegados al estado de Michoacán.

Za=Área del nivel de confianza (90%, 95.5% o 99%).

p = Probabilidad de éxito, o proporción esperada.

q = Probabilidad de fracaso.

d = Error máximo.

Con los siguientes datos:

$N = 4,924,000$ turistas llegados al estado de Michoacán

$Z_{\alpha} = 2.0$ para un nivel de confianza de 95.5%

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$d = 5\%$ o 0.05

Sustituyendo tenemos el siguiente resultado:

$$n = (4924000)(2.0)^2(0.5)(0.5)(0.05)^2(6500 - 1) + (2.0)^2(0.5)(0.5) = 385$$

385

5.2 Universo de Estudio 2

En segundo término, se abordará el universo de los funcionarios gubernamentales responsables de la toma de decisiones en el sector turístico del estado de Michoacán. Para este propósito, se dirigirá la atención hacia el personal de estructura jerárquica, abarcando desde los jefes de departamento hasta los niveles superiores de la administración. Como total, con apoyo del Directorio Oficial de Funcionarios del Gobierno del Estado de Michoacán, se identificaron a 13 funcionarios con dicho nivel jerárquico en la Secretaría de Turismo de Michoacán.

El instrumento de medición diseñado para este grupo de interés permitirá profundizar en el proceso de toma de decisiones vinculado a la formulación e implementación de políticas turísticas en la región.

5.2.1 Muestra 2

Como segunda muestra de investigación se tomará en consideración el universo de los funcionarios gubernamentales que desempeñan roles clave en la toma de decisiones relacionadas con el sector turístico del estado de Michoacán.

Este grupo de interés incluirá a una gama de actores, desde los jefes de departamento hasta los niveles superiores de la estructura administrativa, quienes desempeñan roles estratégicos en la definición y ejecución de políticas turísticas en la región.

Dado el tamaño relativamente reducido de población, se tomará a la población de todo el universo como muestra de investigación, de modo que el instrumento de medición se aplicará a todo el universo. Dicho instrumento permitirá profundizar en el complejo proceso de toma de decisiones que rodea la formulación e implementación de políticas turísticas en Michoacán.

Este instrumento se diseñará de manera meticulosa, con el objetivo de capturar de manera precisa y exhaustiva las percepciones, conocimientos, experiencias y opiniones de los funcionarios gubernamentales en relación con el desarrollo y la gestión del turismo en la región.

Este enfoque metodológico permitirá obtener una comprensión más profunda y holística del panorama institucional y de gobierno en relación con el turismo en Michoacán, de modo que contribuirá a la adecuada formulación de recomendaciones y estrategias efectivas para el fortalecimiento y desarrollo sostenible del sector turístico en la región.

iii) Instrumento de Investigación

En la investigación científica en ciencias sociales, la selección de instrumentos de medición es una tarea fundamental que requiere cuidado y atención para garantizar la validez y confiabilidad de los datos recopilados. Los investigadores se enfrentan a la tarea de elegir entre una variedad de herramientas diseñadas para capturar y evaluar una amplia gama de fenómenos sociales, que van desde actitudes y opiniones hasta comportamientos y habilidades. A continuación, se presenta una descripción detallada de algunos de los instrumentos más comunes utilizados en este campo, junto con ejemplos de su aplicación en la práctica investigativa.

Los cuestionarios y escalas son herramientas escritas que presentan una serie de preguntas estructuradas para recopilar datos sobre las actitudes, opiniones o comportamientos de los participantes en un estudio. Estas herramientas son especialmente útiles cuando se busca obtener datos cuantitativos que puedan ser analizados estadísticamente para identificar patrones y tendencias en la población objetivo. Por ejemplo, en un estudio sobre el uso de redes sociales, se podrían utilizar cuestionarios para recopilar información sobre la frecuencia de uso, las preferencias de plataforma y las opiniones sobre la privacidad en línea.

Las entrevistas, por otro lado, permiten a los investigadores obtener información detallada y en profundidad mediante conversaciones estructuradas o semi-estructuradas con los participantes. Este método es especialmente valioso cuando se busca explorar experiencias personales, perspectivas individuales o contextos culturales específicos. Por ejemplo, en un estudio sobre la experiencia de migrantes en un nuevo país, se podrían realizar entrevistas para comprender los desafíos, las motivaciones y las estrategias de adaptación de los participantes.

Los tests psicométricos son otro tipo de instrumento utilizado en ciencias sociales, que incluyen pruebas diseñadas para medir aspectos específicos de la inteligencia, la personalidad u otras habilidades cognitivas o emocionales. Estas pruebas proporcionan mediciones cuantitativas que pueden ayudar a los investigadores a comprender mejor el funcionamiento psicológico de los individuos y sus diferencias individuales.

Por ejemplo, en un estudio sobre el impacto de la ansiedad en el rendimiento académico, se podrían administrar pruebas de ansiedad para evaluar la relación entre los niveles de ansiedad y el éxito académico.

La observación es otro método comúnmente utilizado en ciencias sociales, que implica la recopilación sistemática y objetiva de datos mediante la observación directa de comportamientos, interacciones o situaciones en entornos específicos. Este método es particularmente útil para estudiar comportamientos no verbales y contextos naturales, ya que permite a los investigadores observar el comportamiento humano en su entorno natural sin interferir en él. Por ejemplo, en un estudio sobre el comportamiento de los niños en un entorno de juego, los investigadores podrían realizar observaciones para identificar patrones de juego, interacción social y comportamiento emocional.

El análisis de contenido es otro enfoque cualitativo utilizado en ciencias sociales, que implica examinar y categorizar el contenido de documentos, textos o imágenes para identificar temas, patrones y tendencias. Este método es útil para comprender la comunicación humana, las representaciones culturales y las percepciones sociales. Por ejemplo, en un estudio sobre la representación de la violencia en los medios de comunicación, los investigadores podrían realizar un análisis de contenido para identificar los temas recurrentes, los mensajes subyacentes y los efectos potenciales en la audiencia.

En el ámbito de la investigación en ciencias sociales, la selección de instrumentos de medición adecuados desempeña un papel fundamental en la recopilación de datos válidos y confiables que respalden los objetivos del estudio. Entre los diversos instrumentos disponibles, las escalas de Likert son una herramienta ampliamente utilizada que ofrece una forma sistemática de medir actitudes u opiniones en una escala ordinal. En este enfoque, los participantes responden a una serie de afirmaciones o declaraciones mediante una escala que va desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo", lo que permite obtener datos cuantitativos sobre las actitudes y percepciones de los sujetos.

Por otro lado, los registros históricos y documentos son fuentes de datos valiosas que proporcionan información sobre eventos pasados, contextos sociales y cambios a lo largo del tiempo. La revisión de archivos históricos y documentos es esencial para la investigación histórica y la contextualización de fenómenos sociales, ya que permite a los investigadores obtener una comprensión más profunda de los acontecimientos y procesos que han dado forma a la sociedad.

Los grupos focales son otra herramienta importante en la investigación en ciencias sociales, que involucran la realización de discusiones dirigidas por un moderador en las que un grupo de participantes comparte sus opiniones, experiencias y percepciones sobre un tema específico. Este método facilita la exploración en profundidad de las percepciones compartidas y permite a los investigadores obtener una comprensión más completa de las actitudes y opiniones de los participantes.

Además, los diarios y autonarrativas son herramientas útiles para recopilar datos a través de la escritura personal de los participantes. En este enfoque, los participantes mantienen diarios o escriben narrativas sobre sus experiencias, pensamientos y emociones, lo que proporciona una visión única de sus vidas y perspectivas.

Las pruebas de desempeño, por otro lado, son evaluaciones prácticas diseñadas para medir el rendimiento de los participantes en tareas específicas. Este método es comúnmente utilizado en evaluaciones de habilidades y desempeño práctico, ya que permite a los investigadores obtener información sobre las habilidades y competencias de los participantes en situaciones prácticas.

La escala Likert, desarrollada por Rensis Likert en la década de 1930, ha sido ampliamente utilizada en la investigación científica, especialmente en el campo de las ciencias sociales, debido a su practicidad y eficiencia en la recopilación y análisis de datos. Esta escala proporciona una forma sistemática de medir actitudes, opiniones y percepciones de los participantes en cuestionarios y encuestas, lo que la convierte en una herramienta fundamental para la evaluación de fenómenos sociales.

En una escala elaborada con la técnica de Likert, los participantes responden a una serie de declaraciones o afirmaciones expresando su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala graduada. Por lo general, se utilizan cinco niveles de respuesta, que van desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo", aunque también se pueden emplear siete u nueve niveles para una mayor precisión en la medición. Cada declaración, conocida como elemento de tipo Likert, representa una dimensión específica que se pretende evaluar.

Es importante distinguir entre la escala de tipo Likert y los elementos individuales que la componen. La escala de tipo Likert se refiere a la suma total de los elementos del cuestionario, mientras que los elementos de tipo Likert son las afirmaciones individuales que los participantes evalúan. Estos elementos suelen ir acompañados de una escala visual análoga, como una línea horizontal, en la que los participantes marcan su respuesta.

La escala Likert utiliza un enfoque bipolar que permite medir tanto el grado positivo como el negativo de cada enunciado, lo que proporciona una visión más completa de las actitudes y percepciones de los participantes.

Esto significa que la escala puede capturar tanto actitudes favorables como desfavorables, así como también neutralidad hacia determinados temas o situaciones.

Aunque la escala Likert es una herramienta versátil y ampliamente utilizada, es importante tener en cuenta que su eficacia depende en gran medida de la formulación adecuada de las declaraciones y del contexto en el que se utilice.

Además, estudios empíricos han demostrado que el uso de diferentes números de niveles de respuesta no afecta significativamente a la calidad de los datos obtenidos, siempre y cuando se apliquen técnicas de análisis adecuadas.

Una escala de actitud es una herramienta crucial en la investigación social, ya que permite capturar y medir las percepciones y opiniones de los participantes sobre determinados temas o cuestiones.

Es fundamental que esta escala esté diseñada de manera que permita a los encuestados expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones planteadas, así como también la posibilidad de optar por una respuesta neutral, es decir, ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esta inclusión de opciones neutrales en la escala es importante, ya que refleja la diversidad de opiniones y actitudes de los participantes, y garantiza que se capturen de manera precisa sus puntos de vista.

El instrumento de investigación utilizado en el trabajo de campo se ha seleccionado cuidadosamente para garantizar la recopilación de datos válidos y confiables. En este caso, se optó por aplicar una escala tipo Likert de 4 niveles, lo que permite una medición cuantitativa de las variables de investigación. Esta elección se basa en la simplicidad y facilidad de interpretación de la escala, así como en la capacidad de capturar una variedad de respuestas sin abrumar a los participantes con demasiadas opciones.

La escala tipo Likert de 4 niveles utilizada en la encuesta permite a los participantes elegir entre cuatro opciones de respuesta:

Escalas utilizadas y su equivalencia:

Totalmente de acuerdo	4
De acuerdo.	3
En desacuerdo.	2
Totalmente en desacuerdo.	1

Prueba Piloto y Aplicación del Instrumento de Investigación

Anterior a la aplicación formal del instrumento de investigación, es indispensable conocer la confiabilidad que dicho instrumento puede tener. Con esto en mente se realizó una prueba piloto en el Centro Histórico de la Ciudad de Morelia. Se encuestó a 16 turistas de manera aleatoria. Para obtener la confiabilidad se utilizará el Alfa de Cronbach. Este es un coeficiente empleado por Cronbach en 1951 para conocer la confiabilidad de una escala.

La prueba de alfa de Cronbach brinda una media de las correlaciones que existen entre las variables que conforman la escala. Es posible calcularse en dos maneras: partiendo de las varianzas (alfa de Cronbach) o a través de las correlaciones de los ítems (Alfa de Cronbach estandarizado).

Un valor de referencia histórico de 0.8 se utiliza comúnmente para indicar que, al menos, algunos de los elementos miden el mismo constructo. La obtención del alfa de Cronbach se hará mediante la siguiente formula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

- K** = El número de ítems
- $\sum S_i^2$** = Sumatoria de Varianzas de los ítems
- S_T^2** = Varianza de la suma de los ítems
- α** = Coeficiente de Alfa de Cronbach

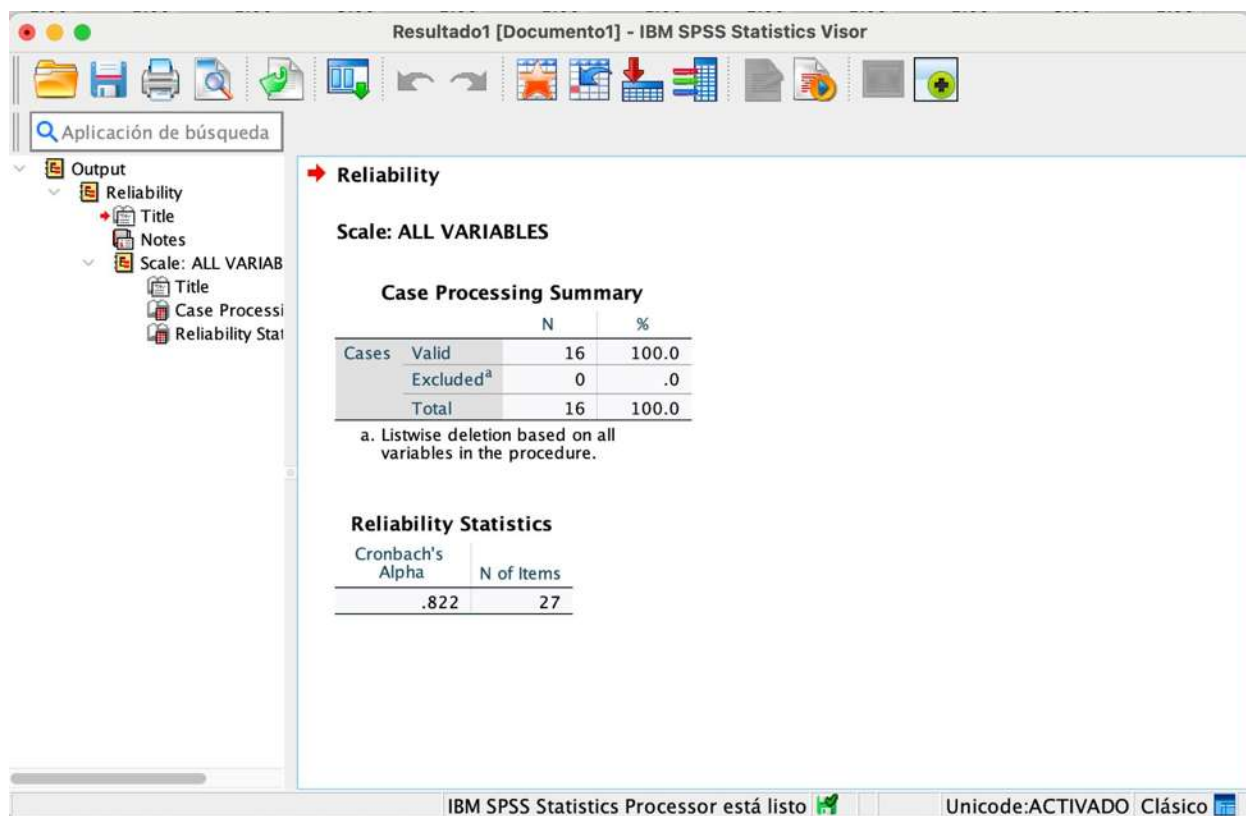
Tras establecer el diseño de la prueba para evaluar la confiabilidad del instrumento de investigación, se procedió a llevar a cabo la fase piloto del estudio mediante la aplicación de las encuestas. Durante esta etapa, se recopilaron todos los datos obtenidos para su posterior análisis y procesamiento. Para ello, se utilizó un software especializado en estadística de ciencias sociales, en este caso, el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), Versión 29.

El SPSS es una herramienta ampliamente reconocida y utilizada en el ámbito de la investigación social debido a su capacidad para gestionar y analizar grandes volúmenes de datos de manera eficiente y precisa. Esta plataforma ofrece una amplia gama de funciones y herramientas estadísticas que permiten realizar análisis descriptivos, exploratorios e inferenciales con facilidad.

Entre las características principales del SPSS se incluyen la capacidad para generar tablas y gráficos estadísticos, realizar análisis de correlación, regresión y comparación de medias, así como también llevar a cabo pruebas de hipótesis y análisis factorial, entre otras. Además, su interfaz intuitiva y amigable facilita el proceso de importación, organización y manipulación de datos, lo que lo convierte en una herramienta indispensable para investigadores en ciencias sociales.

Al emplear el SPSS v.29 en esta investigación, se espera obtener una comprensión más profunda de los datos recopilados a través de las encuestas, lo que permitirá identificar patrones, tendencias y relaciones significativas entre las variables estudiadas. Esto, a su vez, contribuirá a la generación de conclusiones sólidas y fundamentadas, así como también a la formulación de recomendaciones pertinentes basadas en evidencia empírica.

Figura 14. Prueba Piloto con Alfa de Cronbach



Fuente: Elaboración Propia con el uso de SPSS v.29

En el análisis efectuado, observamos que se llevaron a cabo 16 encuestas como parte de la prueba piloto, abarcando un total de 27 ítems de interrogación, tal como se detalla exhaustivamente en el Anexo 1 adjunto a este documento. Además, para una comprensión más profunda y una referencia completa, se proporciona un libro de datos adicional en el Anexo 3, que detalla las respuestas recopiladas durante esta fase inicial del estudio.

En relación con la Figura 13, destacamos que se presenta un coeficiente Alfa de Cronbach con un valor de fiabilidad de 0.822. Este indicador sugiere un nivel de fiabilidad aceptable para el instrumento de medición, ya que se encuentra dentro de los rangos considerados como aceptables en la literatura académica. Por lo tanto, se concluye que el instrumento ha demostrado una consistencia interna satisfactoria, lo que respalda su validez para su aplicación en la siguiente etapa del estudio.

Basándonos en estos resultados y considerando la fiabilidad del instrumento, se procede a implementar el cuestionario en la muestra definida, compuesta por un total de 385 instrumentos aplicados. Este enfoque permitirá recopilar datos significativos y representativos que serán analizados en profundidad para abordar los objetivos y responder a las preguntas de investigación planteadas en este estudio.

Operacionalización de las variables

En el contexto de la investigación, la operacionalización de las variables es fundamental, dado que es la herramienta que más comúnmente utilizamos para construir nuestro instrumento de investigación. Una variable se define como una característica, propiedad o atributo que puede medirse o categorizarse y que puede asumir diferentes valores en un estudio. Las variables son elementos fundamentales en la formulación de hipótesis, diseño de experimentos y análisis de datos en diversas disciplinas, incluyendo la estadística, la psicología, la sociología, la economía y la investigación científica en general.

En la presente investigación se utilizarán dos tipos principales de variables:

- Variables Independientes:
 - Son aquellas que se manipulan o controlan en un experimento o estudio para observar su efecto sobre otras variables. En el contexto de una ecuación o modelo, la variable independiente se considera la causa o el factor que puede influir en el resultado.
- Variables Dependientes:
 - Son aquellas que se observan, miden o registran en respuesta a los cambios en las variables independientes. En una ecuación o modelo, la variable dependiente es el resultado o la variable que se ve afectada por la variable independiente.

La definición conceptual se refiere a la descripción clara y precisa de un concepto o término que se utiliza en un estudio. (Huerta, 1997) Esta definición tiene el propósito de establecer un marco teórico sólido y comprensible para la investigación, asegurando que los investigadores y lectores compartan una comprensión común de los términos clave utilizados en el estudio.

Características importantes de una definición conceptual:

- **Claridad y Precisión:** La definición conceptual debe ser clara y precisa, evitando ambigüedades o interpretaciones variadas. Debe proporcionar una base sólida para la medición y la comprensión del concepto.
- **Relación con la Teoría:** La definición conceptual está estrechamente relacionada con la teoría que fundamenta la investigación. Debe reflejar la comprensión teórica del concepto en cuestión y estar alineada con los principios y marcos teóricos que guían el estudio.
- **Especificidad Contextual:** La definición conceptual debe tener en cuenta el contexto específico de la investigación. Un mismo término puede tener diferentes significados en diferentes campos o situaciones, por lo que es esencial especificar cómo se aplica en el contexto particular del estudio.
- **Diferenciación de Términos Relacionados:** Si hay términos relacionados o conceptos similares, la definición conceptual debe distinguir claramente el concepto de interés de otros términos para evitar confusiones.

Tabla 8. Características de una definición conceptual

Características fundamentales en una definición conceptual
Claridad y Precisión
Relación con la Teoría
Especificidad Contextual

Características fundamentales en una definición conceptual

Diferenciación de Términos Relacionados

Fuente: Elaboración propia

La definición operacional se refiere a la descripción detallada y precisa de los procedimientos o acciones específicas que se utilizarán para medir o manipular una variable en el contexto de un estudio.

En palabras de Ramírez (1985), es la especificación concreta de cómo se traducirá un concepto abstracto o teórico en términos observables y medibles. La definición operacional es esencial para garantizar la validez y la fiabilidad de las mediciones y para permitir la replicabilidad del estudio.

Características importantes de una definición operacional:

- **Claridad y Especificidad:** Debe ser clara y específica, detallando de manera precisa cómo se medirá o manipulará la variable de interés. Esto evita ambigüedades y asegura la comprensión uniforme entre los investigadores.
- **Reproducibilidad:** Otros investigadores deben ser capaces de replicar el estudio utilizando la misma definición operacional. La claridad y la especificidad facilitan la reproducibilidad de los resultados.
- **Medibilidad:** Debe ser posible medir o cuantificar la variable de acuerdo con la definición operacional. Esto implica el uso de instrumentos o procedimientos que permitan obtener datos objetivos y confiables.
- **Relación con la Definición Conceptual:** La definición operacional debe estar alineada con la definición conceptual del término. Debe reflejar como se traduce el concepto teórico en términos observables y prácticos.
- **Consideración del Contexto:** La definición operacional debe tener en cuenta el contexto específico del estudio y las condiciones bajo las cuales se llevarán a cabo las mediciones o manipulaciones.

En el ámbito de las ciencias sociales, la investigación se sustenta en la conceptualización y medición precisa de fenómenos complejos. Para ello, se emplean tres conceptos clave: dimensiones, indicadores e ítems. Dichos conceptos nos permiten construir la definición operacional de nuestras variables.

Las dimensiones representan las categorías fundamentales que componen el fenómeno bajo estudio. Son los aspectos esenciales que permiten desglosar la complejidad del concepto. Por ejemplo, al investigar la calidad de vida, las dimensiones podrían abarcar áreas como salud, educación, empleo, entre otras, cada una representando un componente vital del fenómeno.

Los indicadores son variables específicas o medidas que se utilizan para cuantificar o cualificar una dimensión particular. Estos proporcionan información detallada sobre la presencia o grado de una característica específica dentro de una dimensión.

Siguiendo el ejemplo de la calidad de vida, los indicadores podrían ser tasas de mortalidad infantil para medir la salud o niveles educativos para evaluar la dimensión de la educación.

Los ítems constituyen las unidades más pequeñas de medida en un cuestionario o instrumento de investigación. Diseñados para recopilar datos específicos, los ítems son las preguntas o afirmaciones individuales en encuestas.

Por ejemplo, al indagar sobre la satisfacción laboral, un ítem podría ser "¿En qué medida estás satisfecho con tu ambiente de trabajo?", con el propósito de medir aspectos específicos dentro de la dimensión más amplia

Tabla 9. Operacionalización de Variables para construir el instrumento para el primer universo

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional		
		Dimensiones	Indicadores	Ítems*
Baja asistencia de turistas hacia Michoacán (Dependiente)	Número total de visitantes que llegan a un destino en un período de tiempo específico, y es un indicador clave del éxito de un destino turístico (Pearce, 2021).	Demografía del Turista	Número de turistas por viaje	1, 2
			Frecuencia de visita	3
		Duración de la Estadía	En días	4, 5
			Planificación previa de la estadía	6
		Origen de los Turistas	Lugar de Origen	7
			Historial de viajes	8
		Motivaciones de Viaje	Motivación Principal	9, 10, 11
			Actividades Planeadas	12, 13
Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)	El precio de los servicios turísticos, es el costo monetario que los turistas deben pagar para acceder y disfrutar de servicios y experiencias relacionadas con su viaje y estadía en un destino turístico (Ortíz & Villareal, 2021).	Alojamiento	Elección de Alojamiento	14
			Rango de Precios	15, 16
		Transporte	Costo del Transporte Principal	17, 18
			Uso de Transporte Público	19, 20
		Alimentación	Gasto Promedio en Restaurantes	21
			Costo de Alimentación Diaria	22
		Actividades y Entretenimiento	Gasto Actividades Turísticas	23, 24
			Actividades Planeadas	25
		Souvenirs	Gasto en Souvenirs	26, 27

Fuente: Elaboración Propia

*El instrumento de medición se encuentra en el anexo 1

Tabla 10. Operacionalización de Variables para construir el instrumento para el segundo universo

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional		
		Dimensiones	Indicadores	Items*
Baja asistencia de turistas hacia Michoacán (Dependiente)	Número total de visitantes que llegan a un destino en un período de tiempo específico, y es un indicador clave del éxito de un destino turístico (Pearce, 2021).	Presupuesto Anual	Variación Anual	1
		Atracción Turística	Medición	9
		Eventos Turísticos	Atracción de Turistas	12
Gasto de Gobierno en Políticas Turísticas (Independiente)	Conjunto de recursos financieros que una entidad gubernamental asigna específicamente para desarrollar y ejecutar iniciativas, programas y estrategias destinadas a fomentar y promover la actividad turística en una región o país (Acerenza, 2006).	Presupuesto Anual	Variación Anual	2
			Porcentaje Total del Presupuesto	3, 4
		Distribución de Fondos	Desglose por área	5
			Proporción a proyectos	6, 7
		Efectividad en Uso de Fondos	Seguimiento de Resultados	8
		Evolución del Gasto	Visión a Futuro	10
			Eventos Específicos	11
		Prioridades y Objetivos	Objetivos Claros	13, 14
			Gasto por Categoría	15, 16

Fuente: Elaboración Propia

*El instrumento de medición se encuentra en el anexo 2

Resultados

A continuación, se procederá a realizar el análisis descriptivo de los datos recopilados a través de las encuestas aplicadas, con el propósito de identificar tendencias, patrones y posibles puntos de interés en los datos obtenidos. Este análisis se llevará a cabo utilizando técnicas estadísticas descriptivas adecuadas, tales como gráficos y tablas de frecuencia.

Este proceso permitirá una comprensión profunda de la estructura y características de los datos, facilitando la detección de posibles anomalías, la identificación de variables relevantes y la formulación de hipótesis preliminares. Además, se realizará una revisión minuciosa de la calidad de los datos, incluyendo la detección y corrección de valores atípicos, la evaluación de la consistencia de las respuestas y la verificación de la integridad de la información recopilada.

El análisis descriptivo constituye una etapa fundamental en el proceso de investigación, ya que proporciona una base sólida para la interpretación y el análisis más profundo de los datos, así como para la formulación de conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Dentro de los siguientes puntos se presenta cada instrumento aplicado, dividido por orden con respecto a la aplicación de cada ítem, donde se encuentra subdividido por cada respuesta (Totalmente de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo, respectivamente) el número de respuestas aplicadas del total de encuestas realizadas, así como el porcentaje que representa con respecto al total aplicado.

i) Instrumento 1, aplicado a la población de turistas:

1.- Al viajar, suelo hacerlo acompañado

Tabla 11. Instrumento 1, ítem 1

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	125	32.5
3.- De Acuerdo	207	53.8
2.- En Desacuerdo	53	13.8
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas indica que la mayoría de los encuestados, un total del 86% (125 + 207), están de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación "Al viajar, suelo hacerlo acompañado". Este hallazgo sugiere que la tendencia predominante entre los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo es viajar en compañía.

Esta preferencia por viajar acompañado puede atribuirse a una variedad de razones, como el deseo de compartir experiencias con amigos o familiares, la búsqueda de seguridad y comodidad durante el viaje, o simplemente la preferencia personal de disfrutar la compañía de otros mientras exploran nuevos lugares.

El bajo porcentaje de respuestas en desacuerdo (14%) indica que una minoría de los encuestados tienen una preferencia por viajar solos, lo que nos permite entrever que un punto atractivo al turismo sería tener espacios y experiencias turísticas enfocadas en grupos y/o familias.

2.- Mis viajes son más en familia que con mis amigos

Tabla 12. Instrumento 1, ítem 2

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	222	57.7
3.- De Acuerdo	120	31.2
2.- En Desacuerdo	39	10.1
1.- Totalmente en desacuerdo	4	1.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Dentro de este análisis, existe una clara tendencia hacia la preferencia por viajar en familia en lugar de hacerlo con amigos entre los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo. Con un total de 342 respuestas (222 totalmente de acuerdo + 120 de acuerdo), representando aproximadamente el 89% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Mis viajes son más en familia que con mis amigos".

Este hallazgo sugiere que para la mayoría de los turistas encuestados, los viajes son eventos que tienden a involucrar a la familia en lugar de los amigos como compañeros de viaje preferidos.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (39) y totalmente en desacuerdo (4) es significativamente menor en comparación con las respuestas afirmativas, aún así representan un pequeño porcentaje de los encuestados (alrededor del 11%), lo que sugiere que hay una minoría que prefiere viajar con amigos en lugar de con la familia. Esto podría atribuirse a preferencias personales, dinámicas familiares específicas o circunstancias individuales que influyen en las decisiones de viaje.

3.- He visitado este destino con anterioridad

Tabla 13. Instrumento 1, ítem 3

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	81	21.0
3.- De Acuerdo	240	62.3
2.- En Desacuerdo	28	7.3
1.- Totalmente en desacuerdo	36	9.4
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas revela una tendencia marcada hacia la afirmación de haber visitado el destino anteriormente entre los turistas encuestados. Con un total de 321 respuestas (81 totalmente de acuerdo + 240 de acuerdo), que representan aproximadamente el 83% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "He visitado este destino con anterioridad".

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (28) y totalmente en desacuerdo (36) es significativamente menor en comparación con las respuestas afirmativas, representando alrededor del 17% de los encuestados, todavía es importante tener en cuenta que una minoría no ha visitado el destino anteriormente. Esto podría deberse a una variedad de factores, como ser turistas nuevos en la región, preferencias por destinos diferentes, o limitaciones de tiempo y recursos para viajar con frecuencia al mismo lugar.

Sin embargo, sí existe una tendencia por los turistas recurrentes, por lo que se debe tomar en cuenta para realizar políticas turísticas que permitan presentar condiciones favorables como podría ser la implementación de programas de fidelización o incentivos para estos visitantes frecuentes.

4.- Mi estancia es mayor a una noche

Tabla 14. Instrumento 1, ítem 4

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	120	31.2
3.- De Acuerdo	217	56.4
2.- En Desacuerdo	33	8.6
1.- Totalmente en desacuerdo	15	3.9
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas muestra una tendencia mayoritaria hacia la afirmación de que la estancia de los turistas es mayor a una noche. Con un total de 337 respuestas (120 totalmente de acuerdo + 217 de acuerdo), que representan aproximadamente el 87% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Mi estancia es mayor a una noche".

Esto demuestra que la mayoría de los turistas que se encuentran en el estado de Michoacán de Ocampo tienen una duración de estancia relativamente prolongada, lo que podría implicar que están aprovechando su tiempo para explorar y disfrutar de diversas actividades en la región.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (33) y totalmente en desacuerdo (15) es considerablemente menor en contraste con las respuestas afirmativas, representa aproximadamente el 13% de los encuestados, todavía indica la presencia de una minoría que tiene estancias más cortas en el destino. Esto podría atribuirse a una variedad de factores, como viajes de negocios, itinerarios de viaje ajustados o preferencias personales de viaje.

5.- Mi estancia es en un solo destino

Tabla 15. Instrumento 1, ítem 5

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	221	57.4
3.- De Acuerdo	127	33.0
2.- En Desacuerdo	37	9.6
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Existe una marcada tendencia por la afirmación de la estancia de los turistas se limita a un solo destino. Con un total de 348 respuestas (221 totalmente de acuerdo + 127 de acuerdo), que representan aproximadamente el 90% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Mi estancia es en un solo destino".

Este hallazgo sugiere que la mayoría de los turistas eligen concentrar su tiempo y recursos en explorar un solo destino durante su visita. Las razones detrás de esta tendencia pueden incluir la preferencia por una experiencia de viaje más profunda y enriquecedora en un área específica, así como también limitaciones de tiempo o presupuesto que dificultan la exploración de múltiples destinos en un solo viaje.

El hecho de que no haya respuestas en la opción "totalmente en desacuerdo" indica una fuerte convergencia de opiniones en favor de la afirmación, lo que sugiere que la elección de permanecer en un solo destino es una práctica común entre los turistas encuestados en Michoacán de Ocampo.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (37) es menor en comparación con las respuestas afirmativas, representa aproximadamente el 10% de los encuestados y señala la presencia de una minoría que opta por explorar múltiples destinos durante su estancia en la región. Esto podría atribuirse a preferencias individuales de viaje, así como también a la disponibilidad de transporte y la accesibilidad de otros destinos cercanos.

6.- Mi estancia nunca se extiende a lo planeado previamente

Tabla 16. Instrumento 1, ítem 6

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	67	17.4
3.- De Acuerdo	293	76.1
2.- En Desacuerdo	16	4.2
1.- Totalmente en desacuerdo	9	2.3
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Se encuentran indicios claros hacia una tendencia mayoritaria por la afirmación de que la estancia de los turistas nunca se extiende según lo planeado previamente. Con un total de 360 respuestas (67 totalmente de acuerdo + 293 de acuerdo), que representan aproximadamente el 94% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Mi estancia nunca se extiende a lo planeado previamente".

Esto sugiere que para la mayoría de los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo, las estancias suelen ser más cortas de lo inicialmente previsto, o por lo menos la misma duración que se planeó. Lo que podría atribuirse a una variedad de factores, como cambios en los planes de viaje, descubrimiento de nuevas actividades o atracciones, o simplemente una gestión inadecuada del tiempo.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (16) y totalmente en desacuerdo (9) es menor en comparación con las respuestas afirmativas, representando aproximadamente el 6% de los encuestados, todavía indica la presencia de una minoría que extiende sus planes de estancia según lo previsto. Esto podría reflejar una mayor capacidad de holgura económica por parte de estos turistas, así como también una mayor propensión a cambiar de planes una vez que han sido establecidos.

7.- Mi nacionalidad es mexicana

Tabla 17. Instrumento 1, ítem 7

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	93	24.2
3.- De Acuerdo	234	60.8
2.- En Desacuerdo	45	11.7
1.- Totalmente en desacuerdo	13	3.4
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas muestra una clara tendencia hacia la afirmación de que la nacionalidad de los turistas es mexicana. Con un total de 327 respuestas (93 totalmente de acuerdo + 234 de acuerdo), que representan aproximadamente el 85% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Mi nacionalidad es mexicana".

Dicho hallazgo sugiere que la mayoría de los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo son mexicanos, lo que refleja una preferencia por explorar y disfrutar de las atracciones turísticas de su propio país. Las razones detrás de esta tendencia podrían incluir la proximidad geográfica, la familiaridad cultural, y la diversidad de destinos turísticos disponibles en México.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (45) y totalmente en desacuerdo (13) es menor en comparación con las respuestas afirmativas, representando aproximadamente el 15% de los encuestados, todavía indican la presencia de una minoría de turistas con nacionalidades distintas a la mexicana. Esto podría atribuirse a la creciente popularidad del estado de Michoacán de Ocampo como destino turístico internacional, así como también a la presencia de turistas de otras nacionalidades que residen temporalmente en México.

8.- Es la primera vez que visito este destino

Tabla 18. Instrumento 1, ítem 8

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	25	6.5
3.- De Acuerdo	39	10.1
2.- En Desacuerdo	256	66.5
1.- Totalmente en desacuerdo	65	16.9
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Se revela una tendencia mayoritaria hacia la afirmación de que no es la primera vez que los turistas visitan el destino. Con un total de 321 respuestas (256 en desacuerdo + 65 totalmente en desacuerdo), que representan aproximadamente el 83% de los encuestados, la mayoría expresó estar en desacuerdo con la afirmación "Es la primera vez que visito este destino".

Dicha tendencia sugiere que la mayoría de los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo tienen experiencia previa en el destino, lo que indica una cierta familiaridad y posiblemente un interés continuo en visitar la región nuevamente. Dicha tendencia se presenta en concordancia con la afirmación 3 de el presente instrumento de medición.

En ese tenor de ideas, podemos encontrar que el número de respuestas en acuerdo (25) y totalmente de acuerdo (39) es menor en comparación con las respuestas en desacuerdo, representando aproximadamente el 17% de los encuestados, todavía indican la presencia de una minoría que está visitando el destino por primera vez. Esto podría reflejar la atracción de Michoacán de Ocampo como un destino turístico emergente para algunos turistas, así como también la diversidad de experiencias y atracciones que ofrece la región.

9.- Mi motivación principal es la gastronomía de el destino

Tabla 19. Instrumento 1, ítem 9

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	170	44.2
3.- De Acuerdo	187	48.6
2.- En Desacuerdo	28	7.3
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas revela una tendencia mayoritaria hacia la afirmación de que la motivación principal de los turistas es la gastronomía del destino. Con un total de 357 respuestas (170 totalmente de acuerdo + 187 de acuerdo), que representan aproximadamente el 93% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Mi motivación principal es la gastronomía del destino".

Por consiguiente podemos ver que para la gran mayoría de los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo, la gastronomía juega un papel significativo en su decisión de visitar la región. La reputación y la variedad de la cocina local pueden ser factores determinantes en la elección del destino, ya que muchos turistas buscan explorar la gastronomía local como parte integral de su experiencia de viaje.

El hecho de que no haya respuestas en la categoría "totalmente en desacuerdo" indica una fuerte convergencia de opiniones en favor de la afirmación, lo que sugiere que la gastronomía es un factor motivador importante para la mayoría de los turistas que visitan Michoacán de Ocampo. El número de respuestas en desacuerdo (28) es menor en comparación con las respuestas afirmativas, representa aproximadamente el 7% de los encuestados y señala la presencia de una minoría que no considera la gastronomía como su principal motivación para visitar el destino. Esto podría atribuirse a preferencias individuales de viaje, así como también a la diversidad de motivaciones que pueden influir en la decisión de viajar.

10.- Mi motivación principal es la arquitectura de el destino

Tabla 20. Instrumento 1, ítem 10

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	90	23.4
3.- De Acuerdo	213	55.3
2.- En Desacuerdo	82	21.3
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Existe una división de opiniones respecto a la afirmación de que la motivación principal de los turistas es la arquitectura del destino. Si bien una parte significativa de los encuestados expresó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, con un total de 303 respuestas (90 totalmente de acuerdo + 213 de acuerdo), que representan aproximadamente el 79% de los encuestados, también se observa una cantidad considerable de respuestas en desacuerdo.

Con 82 respuestas en desacuerdo, que representan aproximadamente el 21% de los encuestados, se sugiere que una parte considerable de los turistas no considera que la arquitectura sea su motivación principal para visitar el destino. Esto podría indicar que, si bien la arquitectura puede ser un factor atractivo para algunos turistas, otros pueden estar más interesados en otros aspectos del destino, como la naturaleza, la gastronomía o la cultura local.

Es importante destacar que no hubo respuestas en la categoría "totalmente en desacuerdo", lo que indica que incluso aquellos que no consideran la arquitectura como su principal motivación podrían no descartar por completo su importancia en la experiencia turística. Esto sugiere que la arquitectura podría seguir siendo un elemento atractivo y complementario en la oferta turística de Michoacán de Ocampo, aunque no sea la motivación principal para todos los visitantes.

11.- Mi motivación principal es la cultura de el destino

Tabla 21. Instrumento 1, ítem 11

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	77	20.0
3.- De Acuerdo	217	56.4
2.- En Desacuerdo	91	23.6
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas revela una tendencia mayoritaria hacia la afirmación de que la motivación principal de los turistas es la cultura del destino. Con un total de 294 respuestas (77 totalmente de acuerdo + 217 de acuerdo), que representan aproximadamente el 76% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Mi motivación principal es la cultura del destino".

Este hallazgo sugiere que para la mayoría de los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo, la cultura local juega un papel significativo en su decisión de visitar la región. La riqueza cultural de Michoacán, que incluye tradiciones, artesanías, festivales y patrimonio histórico, puede ser un factor determinante en la elección del destino para muchos turistas que buscan una experiencia auténtica y enriquecedora.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (91) es considerable, representando aproximadamente el 24% de los encuestados, indica la presencia de una minoría que no considera la cultura como su principal motivación para visitar el destino. Esto podría atribuirse a preferencias individuales de viaje, así como también a la diversidad de motivaciones que pueden influir en la decisión de viajar, como la gastronomía, la naturaleza y la arquitectura.

12.- He planeado previamente las actividades que realizaré en mi viaje

Tabla 22. Instrumento 1, ítem 12

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	44	11.4
3.- De Acuerdo	320	83.1
2.- En Desacuerdo	18	4.7
1.- Totalmente en desacuerdo	3	0.8
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Dentro del análisis de las respuestas se muestra una tendencia muy marcada hacia la afirmación de que los turistas han planeado previamente las actividades que realizarán en su viaje. Con un total de 364 respuestas (44 totalmente de acuerdo + 320 de acuerdo), que representan aproximadamente el 95% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "He planeado previamente las actividades que realizaré en mi viaje".

Dicho hallazgo sugiere que para la gran mayoría de los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo, la planificación previa es una práctica común antes de emprender un viaje. La planificación puede incluir la investigación de atracciones turísticas, la reserva de alojamiento y transporte, así como la elaboración de un itinerario detallado de actividades.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (18) y totalmente en desacuerdo (3) es menor en comparación con las respuestas afirmativas, representando aproximadamente el 5% de los encuestados, todavía indican la presencia de una minoría que no planifica previamente sus actividades de viaje. Esto podría atribuirse a preferencias individuales de viaje, así como también a la espontaneidad o flexibilidad en la forma en que algunos turistas eligen experimentar su destino.

13.- Realizar actividades turísticas en mi destino me motiva a querer volver

Tabla 23. Instrumento 1, ítem 13

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	156	40.5
3.- De Acuerdo	148	38.4
2.- En Desacuerdo	81	21.0
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Existe una clara inclinación por la afirmación de que realizar actividades turísticas en el destino motiva a los turistas a querer volver. Con un total de 364 respuestas (44 totalmente de acuerdo + 320 de acuerdo), que representan aproximadamente el 95% de los encuestados, la mayoría expresó estar de acuerdo con la afirmación "Realizar actividades turísticas en mi destino me motiva a querer volver".

Esto sugiere que para la gran mayoría de los turistas encuestados en el estado de Michoacán de Ocampo, la experiencia de participar en actividades turísticas durante su visita tiene un impacto positivo en su percepción del destino y aumenta su deseo de regresar en el futuro. Las actividades turísticas pueden incluir una amplia gama de experiencias, como visitas a lugares históricos, participación en actividades culturales, exploración de la naturaleza y degustación de la gastronomía local.

Aunque el número de respuestas en desacuerdo (18) y totalmente en desacuerdo (3) es menor en comparación con las respuestas afirmativas, representando aproximadamente el 5% de los encuestados, todavía indican la presencia de una minoría que no experimenta una motivación significativa para volver después de participar en actividades turísticas en el destino. Esto podría atribuirse a una variedad de factores, como preferencias individuales de viaje, experiencias negativas durante la visita o falta de interés en volver al mismo destino.

14.- Elegí mi lugar de estadía previo a llegar a mi destino

Tabla 24. Instrumento 1, ítem 14

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	109	28.3
3.- De Acuerdo	185	48.1
2.- En Desacuerdo	77	20.0
1.- Totalmente en desacuerdo	14	3.6
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los datos revelan que una mayoría significativa de los encuestados, aproximadamente el 77%, estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación "Elegí mi lugar de estadía previo a llegar a mi destino". Esto sugiere que la mayoría de los turistas que visitan Michoacán de Ocampo tienen una preferencia establecida por su alojamiento antes de llegar al destino.

Por tanto, se puede encontrar una tendencia hacia la planificación anticipada por parte de los turistas, quienes eligen cuidadosamente su lugar de estadía basándose en diversos factores como la ubicación, las comodidades y las recomendaciones previas. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que un porcentaje significativo de encuestados, alrededor del 23%, expresó desacuerdo con la afirmación o totalmente en desacuerdo.

Esto podría indicar que una parte minoritaria de los turistas prefiere tomar decisiones sobre el alojamiento una vez que llegan al destino, quizás optando por una mayor flexibilidad en sus planes de viaje.

15.- El precio de mi estadía determinó el tiempo que estaré en mi destino

Tabla 25. Instrumento 1, ítem 15

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	114	29.6
3.- De Acuerdo	250	64.9
2.- En Desacuerdo	21	5.5
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta indican que una mayoría significativa de los encuestados, aproximadamente el 95% (114 totalmente de acuerdo + 250 de acuerdo), considera que el precio de su estadía determinó el tiempo que estarán en su destino. Esto sugiere que para la mayoría de los turistas que visitan Michoacán de Ocampo, el factor económico juega un papel importante en la duración de su estadía.

Esto refleja la realidad con respecto a que el costo del alojamiento puede influir en las decisiones de viaje de los turistas, ya que un precio más alto puede limitar la cantidad de tiempo que están dispuestos o pueden permitirse pasar en el destino. Los turistas pueden ajustar la duración de su estadía para que se ajuste a su presupuesto, eligiendo permanecer más tiempo si encuentran opciones de alojamiento asequibles o reduciendo su tiempo de estadía si los precios son más altos de lo esperado.

Es interesante observar que no hubo respuestas en la categoría "totalmente en desacuerdo", lo que indica un consenso general entre los encuestados sobre la influencia del precio del alojamiento en la duración de su estadía. Sin embargo, un pequeño porcentaje (aproximadamente el 5%) expresó desacuerdo con la afirmación, lo que sugiere que algunos turistas pueden tener otros factores que influyan más en la duración de su visita, como las actividades disponibles, la accesibilidad del destino o las preferencias personales de viaje.

16.- Considero adecuado el rango de precios para el servicio de alojamiento de mi destino

Tabla 26. Instrumento 1, ítem 16

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	105	27.3
3.- De Acuerdo	196	50.9
2.- En Desacuerdo	84	21.8
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los datos muestran una división de opiniones en cuanto a la percepción del rango de precios para el servicio de alojamiento en el destino. Si bien una parte significativa de los encuestados, aproximadamente el 78% (105 totalmente de acuerdo + 196 de acuerdo), considera adecuado el rango de precios, una proporción considerable, alrededor del 22% (84 en desacuerdo), expresó desacuerdo con esta afirmación.

Este hallazgo sugiere que, si bien una mayoría de los turistas puede estar satisfecha con el rango de precios para el alojamiento en Michoacán de Ocampo, existe una parte significativa que considera que los precios no son adecuados. Las razones detrás de esta percepción pueden variar, incluyendo comparaciones con otros destinos, expectativas personales de valor por dinero, o simplemente limitaciones presupuestarias.

Es interesante observar que no hubo respuestas en la categoría "totalmente en desacuerdo", lo que indica que incluso aquellos que no consideran adecuado el rango de precios podrían no estar completamente en desacuerdo con la afirmación. Esto sugiere cierto grado de neutralidad o ambigüedad en la percepción de los precios del alojamiento.

17.- Considero adecuado el rango de precios para el servicio de transporte público de mi destino

Tabla 27. Instrumento 1, ítem 17

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	198	51.4
3.- De Acuerdo	126	32.7
2.- En Desacuerdo	49	12.7
1.- Totalmente en desacuerdo	12	3.1
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta revelan una tendencia mayoritaria hacia la percepción favorable del rango de precios para el servicio de transporte público en el destino. Con un total de 324 respuestas (198 totalmente de acuerdo + 126 de acuerdo), que representan aproximadamente el 84% de los encuestados, la mayoría considera adecuado el rango de precios.

Esto sugiere que la mayoría de los turistas que visitan Michoacán de Ocampo están satisfechos con los precios del transporte público en la región. Es probable que esto tenga un impacto positivo en la experiencia general de los turistas, ya que un transporte público asequible y accesible facilita la movilidad dentro del destino y permite a los visitantes explorar diferentes áreas y atracciones.

Aunque un porcentaje menor de encuestados (alrededor del 16%) expresó desacuerdo con la afirmación, este número es relativamente bajo en comparación con los que estuvieron de acuerdo. Esto sugiere que, si bien puede haber algunas opiniones divergentes, la percepción general sobre el rango de precios del transporte público en Michoacán de Ocampo es favorable.

18.- Considero que el precio de el servicio de transporte público de mi destino es equiparable a su calidad

Tabla 28. Instrumento 1, ítem 18

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	71	18.4
3.- De Acuerdo	235	61.0
2.- En Desacuerdo	79	20.5
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los datos de la encuesta revelan una división de opiniones en cuanto a la percepción de la relación entre el precio del servicio de transporte público y su calidad en el destino. Si bien una parte significativa de los encuestados, aproximadamente el 79% (71 totalmente de acuerdo + 235 de acuerdo), considera que el precio es equiparable a la calidad del servicio, un porcentaje considerable, alrededor del 21% (79 en desacuerdo), expresó desacuerdo con esta afirmación.

Dicho hallazgo sugiere que, aunque una mayoría de los turistas puede percibir que el precio del transporte público se alinea adecuadamente con la calidad del servicio recibido, una proporción considerable tiene una percepción diferente. Los turistas que expresaron desacuerdo pueden sentir que el precio del servicio es demasiado alto en comparación con la calidad ofrecida, o pueden haber experimentado deficiencias en el servicio que no justifican el costo.

Es importante destacar que no hubo respuestas en la categoría "totalmente en desacuerdo", lo que indica que incluso aquellos que desacuerdan con la afirmación podrían no estar completamente en desacuerdo. Esto sugiere una cierta ambigüedad en la percepción de la relación entre el precio y la calidad del servicio de transporte público.

19.- Utilicé el transporte público de mi destino en mi viaje

Tabla 29. Instrumento 1, ítem 19

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	142	36.9
3.- De Acuerdo	226	58.7
2.- En Desacuerdo	17	4.4
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas muestra que una mayoría significativa de los encuestados, aproximadamente el 87% (142 totalmente de acuerdo + 226 de acuerdo), utilizó el transporte público de Michoacán de Ocampo durante su viaje. Esto indica que el transporte público juega un papel importante en la movilidad de los turistas dentro del destino.

La alta proporción de turistas que utilizaron el transporte público sugiere que este servicio es una opción popular y accesible para desplazarse dentro de Michoacán de Ocampo. Esto puede ser atribuido a varios factores, como la disponibilidad, la conveniencia y la asequibilidad del transporte público en la región.

Es importante destacar que solo un pequeño porcentaje de encuestados, alrededor del 4%, expresó desacuerdo con la afirmación, lo que sugiere que la mayoría de los turistas aprovechan las opciones de transporte público disponibles durante su visita al destino, por lo que será fundamental que como destino se ofrezca un transporte público de calidad, que permita desplazarse por el lugar a los turistas de forma adecuada.

20.- Mi experiencia con el transporte público de mi destino fue positiva

Tabla 30. Instrumento 1, ítem 20

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	125	32.5
3.- De Acuerdo	175	45.5
2.- En Desacuerdo	70	18.2
1.- Totalmente en desacuerdo	15	3.9
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados dentro de la encuesta indican que hubo una variedad de opiniones sobre la experiencia con el transporte público en Michoacán de Ocampo. Si bien una parte significativa de los encuestados, aproximadamente el 79% (125 totalmente de acuerdo + 175 de acuerdo), consideró su experiencia como positiva, también hubo un número considerable de personas que expresaron desacuerdo, aproximadamente el 21% (70 en desacuerdo).

Estos resultados sugieren que mientras que para una mayoría la experiencia con el transporte público fue positiva, o cuando menos, no negativa, una proporción significativa encontró aspectos negativos o tuvo experiencias menos satisfactorias. Las razones detrás de estas opiniones pueden variar, desde la puntualidad y la comodidad hasta la seguridad y la accesibilidad del servicio.

Es importante destacar que hubo un pequeño porcentaje de encuestados, alrededor del 4%, que expresó un desacuerdo total con la afirmación. Esto indica que para algunos turistas, la experiencia con el transporte público puede haber sido muy negativa o insatisfactoria.

21.- Mi gasto promedio en alimentación fue principalmente en restaurantes

Tabla 31. Instrumento 1, ítem 21

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	113	29.4
3.- De Acuerdo	218	56.6
2.- En Desacuerdo	40	10.4
1.- Totalmente en desacuerdo	14	3.6
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas revelan que una mayoría significativa de los encuestados, aproximadamente el 86% (113 totalmente de acuerdo + 218 de acuerdo), gastó principalmente en restaurantes durante su visita a Michoacán de Ocampo. Esto sugiere que la comida fuera del hogar, especialmente en restaurantes, es una parte importante del gasto promedio en alimentación para los turistas en el destino.

El hecho de que más del 80% de los encuestados estén de acuerdo con esta afirmación indica que los restaurantes son una opción popular entre los turistas para satisfacer sus necesidades alimenticias durante su estadía en Michoacán de Ocampo. Esto puede ser atribuido a la variedad y calidad de la oferta gastronómica en la región, así como a la conveniencia y experiencia culinaria que ofrecen los restaurantes locales.

Aunque un porcentaje menor de encuestados expresó desacuerdo con la afirmación, aproximadamente el 14%, esta cifra es relativamente baja en comparación con los que estuvieron de acuerdo. Esto sugiere que, si bien algunos turistas pueden optar por otras opciones de alimentación, como cocinar en el alojamiento o comprar alimentos en mercados locales, la mayoría prefiere disfrutar de la experiencia de comer fuera en restaurantes durante su visita.

22.- Considero adecuado el rango de precios para el servicio de alimentos de mi destino

Tabla 32. Instrumento 1, ítem 22

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	76	19.7
3.- De Acuerdo	237	61.6
2.- En Desacuerdo	72	18.7
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Se refleja una diversidad de opiniones en cuanto a la percepción del rango de precios para el servicio de alimentos en Michoacán de Ocampo. Mientras que una parte significativa de los encuestados, aproximadamente el 81% (76 totalmente de acuerdo + 237 de acuerdo), considera adecuado el rango de precios, otro segmento considerable, alrededor del 19% (72 en desacuerdo), expresó una opinión contraria.

Estos resultados sugieren que aunque la mayoría de los turistas puede estar satisfecha con los precios de los alimentos en la región, una proporción notable tiene reservas o desacuerdo con respecto a la adecuación de los precios. Las razones detrás de estas opiniones pueden variar, incluyendo la percepción de la calidad y el valor de los alimentos en relación con su precio, así como las expectativas individuales de los turistas en función de sus antecedentes y experiencias previas.

Es importante tener en cuenta que no hubo respuestas en la categoría "totalmente en desacuerdo", lo que sugiere que incluso aquellos que expresaron desacuerdo podrían no estar completamente en desacuerdo con la afirmación. Esto indica una cierta ambigüedad en la percepción de los precios de los alimentos en Michoacán de Ocampo.

23.- Considero adecuado el rango de precios para las actividades turísticas de mi destino

Tabla 33. Instrumento 1, ítem 23

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	73	19.0
3.- De Acuerdo	236	61.3
2.- En Desacuerdo	76	19.7
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta muestran una diversidad de opiniones respecto a la percepción del rango de precios para las actividades turísticas en Michoacán de Ocampo. Si bien una parte significativa de los encuestados, aproximadamente el 80% (73 totalmente de acuerdo + 236 de acuerdo), considera adecuado el rango de precios, un porcentaje notable, alrededor del 20% (76 en desacuerdo), expresó una opinión contraria.

Estos resultados sugieren que aunque la mayoría de los turistas puede estar satisfecha con los precios de las actividades turísticas en la región, un segmento significativo tiene reservas o desacuerdo con respecto a la adecuación de los precios. Las razones detrás de estas opiniones pueden variar, incluyendo la percepción de la calidad y el valor de las actividades en relación con su precio, así como las expectativas individuales de los turistas en función de sus antecedentes y experiencias previas.

Es importante destacar que no hubo respuestas en la categoría "totalmente en desacuerdo", lo que sugiere que incluso aquellos que expresaron desacuerdo podrían no estar completamente en desacuerdo con la afirmación. Esto indica cierta ambigüedad en la percepción de los precios de las actividades turísticas en Michoacán de Ocampo.

24.- Las actividades turísticas son un factor importante para decidir mi destino

Tabla 34. Instrumento 1, ítem 24

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	95	24.7
3.- De Acuerdo	253	65.7
2.- En Desacuerdo	37	9.6
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Se muestran indicios de que una gran mayoría de los encuestados, aproximadamente el 90% (95 totalmente de acuerdo + 253 de acuerdo), considera que las actividades turísticas son un factor importante para decidir su destino. Esto sugiere que la disponibilidad y variedad de actividades turísticas en Michoacán de Ocampo desempeñan un papel significativo en la toma de decisiones de los turistas al elegir su destino de viaje.

El hecho de que más del 80% de los encuestados estén de acuerdo con esta afirmación indica que las actividades turísticas son un componente clave para atraer y satisfacer a los visitantes en la región. Esto resalta la importancia de desarrollar y promover una amplia gama de actividades turísticas, que puedan adaptarse a los intereses y preferencias de diferentes tipos de turistas.

Aunque hubo un pequeño porcentaje de encuestados que expresó desacuerdo con la afirmación, aproximadamente el 10%, esta cifra es relativamente baja en comparación con los que estuvieron de acuerdo. Esto sugiere que, si bien algunas personas pueden priorizar otros factores al elegir un destino, la mayoría valora la disponibilidad de actividades turísticas como un aspecto importante.

25.- He realizado las actividades que planeé previamente

Tabla 35. Instrumento 1, ítem 25

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	34	8.8
3.- De Acuerdo	265	68.8
2.- En Desacuerdo	51	13.2
1.- Totalmente en desacuerdo	35	9.1
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los datos muestran una variedad de experiencias entre los turistas encuestados en cuanto a la realización de las actividades planificadas previamente durante su visita a Michoacán de Ocampo. Si bien la mayoría de los encuestados, aproximadamente el 76% (34 totalmente de acuerdo + 265 de acuerdo), indicaron que realizaron las actividades que habían planeado, una proporción significativa, alrededor del 24% (51 en desacuerdo + 35 totalmente en desacuerdo), expresó que no lo hicieron.

Estos hallazgos sugieren que aunque una parte considerable de los turistas logró llevar a cabo sus planes, una proporción significativa encontró dificultades para hacerlo. Las razones detrás de esto pueden variar y pueden incluir cambios en los horarios, la disponibilidad de las actividades, factores climáticos u otras circunstancias imprevistas.

Es importante destacar que hubo un número notable de encuestados que indicaron estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la afirmación, lo que indica que la realización de actividades planificadas puede ser un desafío para algunos turistas en Michoacán de Ocampo.

26.- Considero adecuado el rango de precios para los souvenirs de mi destino

Tabla 36. Instrumento 1, ítem 26

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	175	45.5
3.- De Acuerdo	92	23.9
2.- En Desacuerdo	100	26.0
1.- Totalmente en desacuerdo	18	4.7
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta revelan una diversidad de opiniones entre los turistas encuestados en relación con el rango de precios de los souvenirs en Michoacán de Ocampo. Si bien una parte significativa de los encuestados, aproximadamente el 71% (175 totalmente de acuerdo + 92 de acuerdo), considera adecuados los precios de los souvenirs, un porcentaje considerable, alrededor del 29% (100 en desacuerdo), expresó desacuerdo con la afirmación.

Estos hallazgos sugieren que existe cierta discrepancia en la percepción de los precios de los souvenirs entre los turistas encuestados. Mientras que algunos consideran los precios como adecuados, otros parecen tener reservas al respecto. Las razones detrás de estas opiniones pueden variar, incluyendo la percepción del valor y la calidad de los souvenirs en relación con su precio, así como las expectativas individuales de los turistas.

Es relevante destacar que, aunque una proporción considerable expresó desacuerdo con la afirmación, el número de encuestados que estuvieron totalmente en desacuerdo fue relativamente bajo en comparación con los que estuvieron de acuerdo. Esto indica que, si bien algunos turistas pueden tener reservas sobre los precios de los souvenirs, la mayoría no considera que sean completamente inadecuados.

27.- Los souvenirs son una parte importante en un viaje

Tabla 37. Instrumento 1, ítem 27

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	70	18.2
3.- De Acuerdo	271	70.4
2.- En Desacuerdo	28	7.3
1.- Totalmente en desacuerdo	16	4.2
TOTAL	385	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

El análisis de las respuestas muestra que la mayoría de los turistas encuestados, aproximadamente el 89% (70 totalmente de acuerdo + 271 de acuerdo), consideran que los souvenirs son una parte importante en un viaje. Esto indica que para la gran mayoría de los encuestados, la adquisición de souvenirs es una actividad significativa durante su experiencia de viaje en Michoacán de Ocampo.

Por otro lado, aunque hubo una minoría que expresó desacuerdo con la afirmación, aproximadamente el 11% (28 en desacuerdo + 16 totalmente en desacuerdo), el número de estos encuestados fue relativamente bajo en comparación con los que estuvieron de acuerdo. Esto sugiere que para una parte minoritaria, los souvenirs pueden no ser considerados tan importantes en un viaje, posiblemente debido a otras prioridades o preferencias de gasto durante su estadía.

ii) Instrumento 2, aplicado a funcionarios de gobierno:

1.- Considero que la variación anual de presupuesto fomenta una mayor afluencia de turistas hacia nuestro estado

Tabla 38. Instrumento 2, ítem 1

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	3	23.1
3.- De Acuerdo	8	61.5
2.- En Desacuerdo	2	15.4
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta entre funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán revelan una tendencia mayoritaria hacia la percepción positiva en cuanto a la variación anual del presupuesto y su impacto en la afluencia de turistas. Casi la totalidad de los encuestados, el 84% (3 totalmente de acuerdo + 8 de acuerdo), expresaron que consideran que la variación anual del presupuesto fomenta una mayor afluencia de turistas hacia el estado.

Este hallazgo indica una creencia generalizada entre el personal de la Secretaría de Turismo de que un aumento en el presupuesto puede tener un efecto positivo en el flujo de visitantes al estado. Se puede inferir que los encuestados perciben una correlación directa entre la disponibilidad de recursos financieros y la capacidad para implementar estrategias efectivas de promoción y desarrollo turístico.

Aunque hubo una minoría que expresó desacuerdo con la afirmación, representando aproximadamente el 15% de los encuestados (2 en desacuerdo), su número fue significativamente menor en comparación con los que estuvieron de acuerdo. Esto sugiere que la mayoría del personal de la Secretaría de Turismo considera que un presupuesto adecuado y variaciones anuales positivas pueden ser un factor clave para impulsar el turismo en el estado.

2.- Considero que la variación anual de presupuesto se realiza de forma adecuada

Tabla 39. Instrumento 2, ítem 2

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	4	30.8
2.- En Desacuerdo	8	61.5
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los datos revelan una percepción predominantemente negativa con respecto a la realización de la variación anual del presupuesto. La mayoría abrumadora de los encuestados, aproximadamente el 62% (8 en desacuerdo), expresaron que consideran que la variación anual del presupuesto no se realiza de forma adecuada.

Estos resultados sugieren que existe un nivel significativo de insatisfacción o preocupación entre el personal de estructura de la Secretaría de Turismo en relación con el proceso de variación anual del presupuesto. Las opiniones negativas pueden reflejar una falta de transparencia en los procedimientos de asignación de fondos, una distribución desigual de recursos o una percepción de falta de eficacia en la gestión financiera.

Así mismo, una minoría de los encuestados, alrededor del 39% (1 totalmente de acuerdo + 4 de acuerdo), expresaron que consideran que la variación anual del presupuesto se realiza de forma adecuada. Esto podría indicar que hay ciertos sectores del personal que están satisfechos con los procedimientos existentes o que perciben que se están tomando medidas para mejorar la gestión presupuestaria.

3.- Considero que el presupuesto anual asignado es adecuado para lograr los objetivos

Tabla 40. Instrumento 2, ítem 3

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	3	23.1
2.- En Desacuerdo	9	69.2
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Se muestra una clara y marcada discrepancia en la percepción sobre la adecuación del presupuesto anual asignado para lograr los objetivos. La mayoría abrumadora de los encuestados, aproximadamente el 69% (9 en desacuerdo), expresaron que consideran que el presupuesto asignado no es adecuado para alcanzar los objetivos propuestos.

Estos resultados sugieren que existe una preocupación generalizada entre el personal de estructura de la Secretaría de Turismo en relación con la suficiencia de los recursos financieros para cumplir con los objetivos establecidos. Las opiniones negativas pueden reflejar una percepción de falta de fondos para desarrollar iniciativas clave, implementar programas efectivos o mejorar la infraestructura turística en el estado.

Por otro lado, una minoría de los encuestados, alrededor del 31% (1 totalmente de acuerdo + 3 de acuerdo), expresaron que consideran que el presupuesto asignado es adecuado para lograr los objetivos. Se puede inferir que hay ciertos sectores del personal que están satisfechos con el nivel de financiamiento disponible o que perciben que se están realizando esfuerzos efectivos para maximizar el uso de los recursos existentes.

4.- Considero que la aplicación del presupuesto se realiza de forma adecuada

Tabla 41. Instrumento 2, ítem 4

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	0	0.0
3.- De Acuerdo	4	30.8
2.- En Desacuerdo	9	69.2
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta entre los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán revelan una clara división de opiniones con respecto a la percepción sobre la aplicación del presupuesto. La gran mayoría de los encuestados, aproximadamente el 70% (9 en desacuerdo), expresaron que consideran que la aplicación del presupuesto no se realiza de manera adecuada.

Estos resultados sugieren que existe una preocupación generalizada entre el personal de estructura de la Secretaría de Turismo en relación con la eficacia en la utilización de los recursos financieros disponibles. Las opiniones negativas pueden reflejar una percepción de falta de transparencia, eficiencia o efectividad en la gestión de los fondos asignados.

En contraparte, una minoría de los encuestados, alrededor del 30% (4 de acuerdo), expresaron que consideran que la aplicación del presupuesto se realiza de forma adecuada. Esto podría indicar que hay ciertos sectores del personal que están satisfechos con la forma en que se gestionan los recursos financieros o que perciben que se están realizando esfuerzos efectivos para optimizar su uso.

5.- Considero que el desglose del presupuesto se realiza de forma adecuada

Tabla 42. Instrumento 2, ítem 5

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	4	30.8
2.- En Desacuerdo	7	53.8
1.- Totalmente en desacuerdo	1	7.7
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta entre los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán muestran una división de opiniones con respecto al desglose del presupuesto. Aproximadamente el 62% de los encuestados (7 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo) expresaron que consideran que el desglose del presupuesto no se realiza de manera adecuada.

Esto sugiere que la mayoría del personal de estructura de la Secretaría de Turismo percibe deficiencias en la claridad o transparencia del desglose del presupuesto asignado. Tales percepciones pueden indicar la necesidad de mejorar la comunicación y la presentación de la distribución de los fondos, así como de involucrar más activamente al personal en el proceso de planificación presupuestaria para garantizar una comprensión clara y una mayor transparencia.

También, aproximadamente el 39% de los encuestados (4 de acuerdo y 1 totalmente de acuerdo) opinaron que consideran que el desglose del presupuesto se realiza de manera adecuada. Esto podría reflejar una percepción positiva entre ciertos sectores del personal, indicando que están satisfechos con la forma en que se presenta y se desglosa la asignación de recursos financieros.

6.- Se tiene un enfoque más hacia proyectos en el presupuesto de turismo

Tabla 43. Instrumento 2, ítem 6

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	2	15.4
3.- De Acuerdo	3	23.1
2.- En Desacuerdo	8	61.5
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los datos indican que la mayoría de los encuestados, aproximadamente el 62% (8 en desacuerdo), no perciben un enfoque mayoritario hacia proyectos en el presupuesto de turismo. Lo que sugiere que existe una discrepancia significativa en la percepción del enfoque presupuestario dentro de la organización.

Esta discrepancia puede tener implicaciones importantes para la gestión del presupuesto y la planificación estratégica en la Secretaría de Turismo. Es posible que algunos funcionarios consideren que se debería priorizar más la asignación de recursos hacia proyectos específicos relacionados con el turismo para lograr objetivos estratégicos a largo plazo. Por otro lado, la mayoría de los encuestados que expresaron su desacuerdo pueden percibir que el enfoque presupuestario actual no está lo suficientemente orientado hacia proyectos específicos o que se podría mejorar la asignación de recursos para obtener mejores resultados en el desarrollo turístico del estado.

Es fundamental que la Secretaría de Turismo evalúe cuidadosamente las percepciones y opiniones del personal y realice ajustes en la planificación presupuestaria y la asignación de recursos según sea necesario. Esto podría implicar una mayor claridad en la comunicación de los objetivos y prioridades del presupuesto de turismo, así como una mayor participación del personal en el proceso de planificación para garantizar un enfoque más efectivo y consensuado hacia proyectos turísticos clave.

7.- Considero que la proporción presupuestal para proyectos es adecuada

Tabla 44. Instrumento 2, ítem 7

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	2	15.4
3.- De Acuerdo	1	7.7
2.- En Desacuerdo	9	69.2
1.- Totalmente en desacuerdo	1	7.7
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Entre los encuestados, aproximadamente el 69% (9 en desacuerdo), no consideran que la proporción presupuestal asignada para proyectos sea adecuada. Este hallazgo sugiere una percepción generalizada de que la asignación de recursos para proyectos turísticos no está en línea con las necesidades o prioridades del departamento.

Esta discrepancia entre la percepción de los funcionarios y la asignación presupuestaria puede indicar posibles áreas de mejora en la planificación financiera y la distribución de recursos dentro de la Secretaría de Turismo. Es importante abordar estas preocupaciones para garantizar una asignación de recursos más efectiva y eficiente, que esté alineada con los objetivos estratégicos del departamento y que maximice el impacto de los proyectos turísticos en el estado de Michoacán.

Se sugiere que la Secretaría de Turismo realice una revisión detallada de su presupuesto y considere la posibilidad de realizar ajustes en la proporción presupuestal asignada para proyectos turísticos, en función de las necesidades identificadas y las prioridades estratégicas del departamento. Además, se podría fomentar una mayor transparencia y participación del personal en el proceso de planificación presupuestaria para garantizar que las asignaciones presupuestarias reflejen de manera más precisa las necesidades y prioridades del departamento.

8.- Considero que se da un correcto seguimiento a los resultados en turismo

Tabla 45. Instrumento 2, ítem 8

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	3	23.1
2.- En Desacuerdo	9	69.2
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Destaca que la mayoría de los funcionarios de la Secretaría de Turismo, aproximadamente el 69% (9 en desacuerdo), no consideran que se dé un correcto seguimiento a los resultados en turismo. Esta percepción sugiere que existe una insatisfacción generalizada con respecto al proceso de seguimiento y evaluación de los resultados en el ámbito turístico.

Es crucial abordar esta preocupación, ya que un seguimiento adecuado de los resultados en turismo es fundamental para evaluar el impacto de las políticas, programas y proyectos implementados por la Secretaría de Turismo. Sin un seguimiento efectivo, es difícil determinar qué estrategias son exitosas y cuáles necesitan ajustes, lo que podría obstaculizar los esfuerzos para mejorar el desarrollo turístico del estado de Michoacán.

Se recomienda que la Secretaría de Turismo realice una revisión exhaustiva de sus procesos de seguimiento y evaluación, identificando posibles áreas de mejora y desarrollando medidas para fortalecer el monitoreo de los resultados en turismo. Esto podría incluir la implementación de sistemas de seguimiento más robustos, la asignación de recursos adecuados para actividades de evaluación y la promoción de una cultura organizacional que valore la importancia del seguimiento de resultados en el ámbito turístico.

9.- Se tiene una adecuada medición para los resultados en turismo

Tabla 46. Instrumento 2, ítem 9

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	0	0.0
3.- De Acuerdo	2	15.4
2.- En Desacuerdo	10	76.9
1.- Totalmente en desacuerdo	1	7.7
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta revelan que la gran mayoría de los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán, aproximadamente el 77% (10 en desacuerdo), consideran que no se tiene una adecuada medición para los resultados en turismo. Esta percepción sugiere que existe una preocupación significativa sobre la capacidad del departamento para medir de manera efectiva el impacto de las acciones y políticas implementadas en el ámbito turístico.

La falta de una adecuada medición de los resultados en turismo puede obstaculizar los esfuerzos para evaluar el rendimiento y la efectividad de las estrategias turísticas, lo que a su vez dificulta la toma de decisiones informadas y la identificación de áreas de mejora. Sin una medición precisa, es difícil determinar el retorno de la inversión en iniciativas turísticas y diseñar estrategias futuras basadas en datos sólidos.

Por lo tanto, es crucial que la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán implemente medidas para mejorar la medición de los resultados en turismo. Esto podría implicar la adopción de herramientas y metodologías de medición más efectivas, la capacitación del personal en técnicas de evaluación y la asignación de recursos adecuados para actividades de monitoreo y evaluación. Además, se podría considerar la colaboración con instituciones académicas o consultoras especializadas en turismo para fortalecer las capacidades de medición del departamento.

10.- Considero que se cuenta con una correcta visión a futuro en materia de turismo

Tabla 47. Instrumento 2, ítem 10

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	3	23.1
2.- En Desacuerdo	7	53.8
1.- Totalmente en desacuerdo	2	15.4
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta sugieren que existe cierto escepticismo entre los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán respecto a si se cuenta con una correcta visión a futuro en materia de turismo. La mayoría de los encuestados, aproximadamente el 69.2% (10 en desacuerdo), expresaron su desacuerdo con esta afirmación.

Este hallazgo es significativo, ya que indica que una parte considerable del personal de estructura de la Secretaría de Turismo no percibe una alineación clara entre las acciones actuales y la visión a largo plazo en el ámbito turístico. Esta falta de percepción puede generar preocupaciones sobre la capacidad del departamento para anticipar y abordar los desafíos futuros del turismo en el estado.

Para abordar esta situación, sería crucial que la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán revise y refuerce su planificación estratégica a largo plazo en materia de turismo. Esto podría implicar la realización de evaluaciones exhaustivas del panorama turístico actual y futuro, la identificación de tendencias emergentes y la formulación de estrategias claras y realistas para aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos.

11.- Considero que los eventos específicos realizados por gobierno son adecuados

Tabla 48. Instrumento 2, ítem 11

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	5	38.5
2.- En Desacuerdo	7	53.8
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta muestran que hay una división de opiniones entre los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán con respecto a si consideran adecuados los eventos específicos realizados por el gobierno. Mientras que el 38.5% (5) de los encuestados están de acuerdo con esta afirmación, el 53.8% (7) expresaron su desacuerdo.

Esta discrepancia sugiere que existe cierta ambigüedad o insatisfacción en cuanto a la efectividad y relevancia de los eventos específicos organizados por el gobierno en el ámbito turístico. Es posible que algunos funcionarios perciban que estos eventos no están alineados con los objetivos estratégicos del turismo en el estado, o que no cumplen adecuadamente con las expectativas de los diversos grupos de interés en la industria turística.

Para abordar esta situación, sería importante que la Secretaría de Turismo realice una evaluación exhaustiva de los eventos específicos que organiza el gobierno, analizando su impacto, alcance y relevancia para el sector turístico. Esto podría implicar la revisión de la planificación y ejecución de estos eventos, así como también la recopilación de retroalimentación y opiniones de los diferentes actores involucrados en la industria.

12.- Considero que los eventos específicos fomentan la afluencia turística

Tabla 49. Instrumento 2, ítem 12

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	3	23.1
3.- De Acuerdo	3	23.1
2.- En Desacuerdo	6	46.2
1.- Totalmente en desacuerdo	1	7.7
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta indican una diversidad de opiniones entre los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán con respecto a si consideran que los eventos específicos fomentan la afluencia turística. Aunque un porcentaje significativo del 46.2% (6) expresó su desacuerdo con esta afirmación, un 23.1% (3) estuvo totalmente de acuerdo y otro 23.1% (3) estuvo de acuerdo.

Esta disparidad en las respuestas sugiere una falta de consenso sobre el impacto de los eventos específicos en la afluencia turística del estado. Mientras que algunos funcionarios perciben que estos eventos tienen un efecto positivo en la atracción de visitantes, otros no están convencidos de su eficacia para estimular el turismo.

Para abordar esta situación, sería importante realizar un análisis más detallado sobre la relación entre los eventos específicos y la afluencia turística, considerando factores como la promoción, la publicidad, la participación de los residentes locales y la experiencia general de los turistas durante estos eventos. Además, se podría explorar la posibilidad de implementar estrategias adicionales para maximizar el impacto de los eventos en la atracción de visitantes, como la diversificación de la oferta de eventos, la mejora de la infraestructura turística y la colaboración con otros sectores relevantes.

13.- Considero que se han planteado correctamente los objetivos

Tabla 50. Instrumento 2, ítem 13

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	3	23.1
3.- De Acuerdo	1	7.7
2.- En Desacuerdo	9	69.2
1.- Totalmente en desacuerdo	0	0.0
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta reflejan una discrepancia significativa entre los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán con respecto a si consideran que los objetivos han sido planteados correctamente. Un abrumador 69.2% (9) de los encuestados expresó su desacuerdo con esta afirmación, mientras que solo el 23.1% (3) estuvo totalmente de acuerdo y un 7.7% (1) estuvo de acuerdo.

Esta disparidad en las respuestas sugiere que existe una percepción generalizada de que los objetivos no han sido adecuadamente establecidos o comunicados dentro de la Secretaría de Turismo. Este hallazgo es crucial, ya que la claridad en los objetivos es fundamental para guiar las acciones y asegurar la eficacia de las estrategias implementadas.

Para abordar esta situación, sería necesario revisar y redefinir los objetivos de la Secretaría de Turismo, asegurando que sean claros, específicos, alcanzables y relevantes para las metas generales del estado en materia turística. Además, sería importante comunicar de manera efectiva estos objetivos a todos los miembros del equipo y asegurar su alineación con las actividades y proyectos en curso.

14.- Me parecen claros los objetivos

Tabla 51. Instrumento 2, ítem 14

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	2	15.4
2.- En Desacuerdo	9	69.2
1.- Totalmente en desacuerdo	1	7.7
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta muestran una clara discrepancia en la percepción de los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán con respecto a la claridad de los objetivos. La gran mayoría, un 69.2% (9), expresó su desacuerdo con la afirmación de que los objetivos son claros, mientras que solo un 15.4% (2) estuvo de acuerdo y un 7.7% (1) estuvo totalmente de acuerdo.

Esta discrepancia señala una falta de claridad percibida en los objetivos dentro de la Secretaría de Turismo. La falta de claridad en los objetivos puede llevar a confusiones, falta de alineación y, en última instancia, a una ejecución deficiente de las estrategias y acciones relacionadas con el turismo en el estado.

Para abordar esta situación, es crucial revisar y comunicar de manera efectiva los objetivos de la Secretaría de Turismo, asegurándose de que estén claramente definidos, comprensibles y alineados con la visión y misión del departamento. Además, es fundamental brindar oportunidades para que los empleados puedan hacer preguntas, aclarar dudas y contribuir con ideas para mejorar la claridad y efectividad de los objetivos.

15.- Considero adecuadas las prioridades planteadas en cada categoría presupuestaria

Tabla 52. Instrumento 2, ítem 15

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	1	7.7
3.- De Acuerdo	2	15.4
2.- En Desacuerdo	9	69.2
1.- Totalmente en desacuerdo	1	7.7
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Los resultados de la encuesta muestran una clara discrepancia en la percepción de los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán con respecto a la adecuación de las prioridades planteadas en cada categoría presupuestaria. El 69.2% (9) de los encuestados expresó su desacuerdo con la afirmación de que las prioridades son adecuadas, mientras que solo un 15.4% (2) estuvo de acuerdo y un 7.7% (1) estuvo totalmente de acuerdo.

Esta discrepancia señala una percepción generalizada entre los funcionarios de que las prioridades planteadas en cada categoría presupuestaria no están alineadas adecuadamente con las necesidades y objetivos del departamento de turismo. Esto puede indicar una falta de consulta, análisis o consenso en la formulación de las prioridades presupuestarias.

Para abordar esta situación, es crucial revisar y reevaluar las prioridades presupuestarias en colaboración con los diferentes niveles y áreas de la Secretaría de Turismo. Esto puede implicar la identificación de áreas de mejora, la reasignación de recursos según las necesidades prioritarias y la comunicación clara de las razones detrás de las decisiones presupuestarias.

16.- Considero adecuado el gasto realizado por categoría presupuestaria

Tabla 53. Instrumento 2, ítem 16

Puntuación	Número de Respuestas	Porcentaje
4.- Totalmente de acuerdo	2	15.4
3.- De Acuerdo	1	7.7
2.- En Desacuerdo	8	61.5
1.- Totalmente en desacuerdo	2	15.4
TOTAL	13	100.0

Fuente: Elaboración Propia con base en el Instrumento de Medición

Existe una clara discrepancia en la percepción de los funcionarios de la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán con respecto a la adecuación del gasto realizado por categoría presupuestaria. El 61.5% (8) de los encuestados expresó su desacuerdo con la afirmación de que el gasto es adecuado, mientras que solo un 15.4% (2) estuvo totalmente de acuerdo y otro 15.4% (2) estuvo de acuerdo.

Esta discrepancia sugiere que existe una percepción generalizada entre los funcionarios de que el gasto realizado por categoría presupuestaria no se ajusta adecuadamente a las necesidades y prioridades del departamento de turismo. Es posible que haya preocupaciones sobre la asignación de recursos en áreas específicas, la distribución equitativa del presupuesto o la eficacia de los gastos en relación con los objetivos establecidos.

Para abordar esta situación, sería importante realizar una revisión exhaustiva del gasto realizado por categoría presupuestaria, identificar áreas de posible mejora y realizar ajustes según sea necesario. Además, se podría considerar la implementación de mecanismos de monitoreo y evaluación más rigurosos para asegurar que el gasto esté alineado con los objetivos estratégicos y se utilice de manera efectiva.

Prueba de Hipótesis

La prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov es utilizada para determinar si una muestra de datos se ajusta a una distribución normal. Por consiguiente, se aplicó esta prueba a dos variables distintas (V1 y V2). Los resultados de la prueba para ambas variables proporcionan un estadístico de Kolmogorov-Smirnov y un valor de significancia (Sig.).

Figura 15. Prueba de normalidad para el Instrumento 1



Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	.194	385	<.001	.920	385	<.001
V2	.222	385	<.001	.884	385	<.001
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Prueba de normalidad en SPSS V.29 con base en la información obtenida.

Para V1, el estadístico de Kolmogorov-Smirnov es de .194 con 385 grados de libertad y un valor de significancia (Sig.) menor que .001. Para V2, el estadístico es de .222 con 385 grados de libertad y un valor de significancia también menor que .001.

En ambos casos, el valor de significancia es menor que el umbral comúnmente aceptado de 0.05, lo que indica que los datos no se distribuyen normalmente. En términos simples, tanto V1 como V2 no siguen una distribución normal.

Dado que las variables no se distribuyen de manera normal, no sería apropiado utilizar pruebas paramétricas que asumen la normalidad de los datos, como el coeficiente de correlación de Pearson, que es mejor aplicado cuando ambas variables tienen una distribución normal.

Por ello, para analizar la correlación entre las dos variables no normalmente distribuidas (V1 y V2), se recomienda utilizar el coeficiente de correlación de rango de Spearman, también conocido como rho de Pearson. Este es un método no paramétrico que no requiere la suposición de normalidad y es adecuado para medir la relación entre variables cuando al menos una de ellas está distribuida de forma no normal o cuando se trabaja con rangos en lugar de datos de intervalo o de razón.

Se procederá con la prueba de rho de Pearson para evaluar la correlación entre V1 y V2. La fuerza y dirección de esta correlación se interpretará a través del coeficiente de Spearman, que puede variar entre -1 y +1. Un valor cercano a +1 indica una correlación positiva fuerte, un valor cercano a -1 indica una correlación negativa fuerte, y un valor cercano a 0 sugiere que no hay correlación.

Al llevar a cabo la prueba de Spearman, se obtendrán dos resultados principales: el coeficiente de correlación de Spearman y su valor de significancia asociado. Si el valor de significancia es menor que 0.05, se puede concluir que existe una correlación estadísticamente significativa entre V1 y V2.

Figura 16. Prueba de Rho de Spearman para el Instrumento 1

Correlaciones			V1	V2
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1.000	.820**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	385	385
	V2	Coeficiente de correlación	.820**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	385	385

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

Fuente: Prueba de Spearman en SPSS V.29 con base en la información obtenida.

El coeficiente de correlación de Spearman de .820 indica una correlación fuerte y positiva entre el precio en los servicios turísticos (V2) y la asistencia de turistas hacia el estado de Michoacán (V1). Este alto valor sugiere que existe una relación significativa en la que, a medida que el precio de los servicios turísticos aumenta, la asistencia de turistas también tiende a aumentar, o viceversa, que a menores precios corresponde una menor asistencia de turistas.

El valor de significancia (bilateral) menor que .001 proporciona una fuerte evidencia estadística para aceptar que existe una correlación entre estas variables. En otras palabras, la probabilidad de que la correlación observada sea producto del azar es extremadamente baja.

La interpretación de estos resultados apoya tu hipótesis de que el precio en los servicios turísticos influye en la asistencia de turistas hacia el estado de Michoacán. Dada la fuerte correlación y la significancia estadística, se puede inferir que el precio de los servicios turísticos es un factor importante que puede afectar la decisión de los turistas de visitar Michoacán.

La prueba de normalidad de Shapiro-Wilk es un test estadístico que se utiliza para determinar si una muestra de datos se ajusta a una distribución normal. Es particularmente adecuado para muestras pequeñas, típicamente con un tamaño menor a 50 observaciones. En tu investigación, has aplicado esta prueba a dos variables, V1 y V2.

Figura 17. Prueba Normalidad para el Instrumento 2

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	.199	13	.168	.907	13	.164
V3	.196	13	.184	.861	13	.039

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Prueba de normalidad en SPSS V.29 con base en la información obtenida.

Para V1, el estadístico de Shapiro-Wilk es de .907 con 13 grados de libertad (gl), y un valor de significancia (Sig.) de .164. Para V3, el estadístico es de .861 con 13 gl, y un valor de significancia de .039.

El valor p de .164 es mayor que el nivel de significancia estándar de 0.05, lo que sugiere que no hay suficiente evidencia para rechazar que no existe una normalidad de la distribución de los datos. En otras palabras, los datos de V1 podrían considerarse como distribuidos normalmente.

Por otro lado, el valor p de .039 es menor que 0.05, lo que indica que hay suficientes evidencias para rechazar la normalidad en la distribución de los datos. Esto sugiere que los datos de V3 no se distribuyen normalmente.

Figura 18. Prueba de Rho de Spearman para el Instrumento 2

→ **Correlaciones no paramétricas**

Correlaciones			V1	V3
Rho de Spearman	V1	Coefficiente de correlación	1.000	.583 [*]
		Sig. (bilateral)	.	.037
		N	13	13
	V3	Coefficiente de correlación	.583 [*]	1.000
		Sig. (bilateral)	.037	.
		N	13	13

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Prueba de Spearman en SPSS V.29 con base en la información obtenida.

El coeficiente de correlación de Spearman de .583 sugiere una correlación moderada entre el gasto de gobierno en política turística (V3) y la asistencia de turistas hacia el estado de Michoacán (V1). Esto significa que existe una relación positiva entre ambas variables; a medida que aumenta el gasto del gobierno en política turística, parece haber un aumento en la asistencia de turistas al estado.

El valor de significancia (bilateral) es de .037, que está por debajo del umbral común de .05, indicando que la correlación encontrada es estadísticamente significativa. En términos prácticos, esto significa que hay menos de un 3.7% de probabilidad de que la correlación observada se deba al azar.

Dado que V1 es la variable dependiente y V3 es la variable independiente, estos resultados pueden interpretarse como un apoyo a la hipótesis de que el gasto del gobierno en política turística tiene una influencia positiva en la asistencia de turistas al estado. Sin embargo, es crucial recordar que la correlación no implica causalidad por sí misma; otros factores no medidos podrían influir en la relación observada.

PARTE IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Esta sección constituye un componente fundamental del presente trabajo de investigación, donde se articula una detallada propuesta de política pública dirigida a potenciar el turismo en Michoacán. Esta propuesta se sustenta en los descubrimientos y conclusiones extraídos del análisis previo expuesto en secciones anteriores del trabajo investigativo.

Siguiendo la Metodología de Marco Lógico (Ortegón, Pacheco & Prieto, 2005), se da forma a un árbol de problemas meticulosamente elaborado, donde se destaquen los problemas principales, posteriormente se definirá el árbol de objetivos, cuya finalidad radica en definir de manera clara y precisa los resultados esperados de la política propuesta. Este árbol de objetivos, no solo identifica las metas a corto, mediano y largo plazo, sino que también proporciona una hoja de ruta estratégica para alcanzar dichos objetivos, estableciendo así un marco temporal que guía el proceso de implementación.

Además, se procede a identificar y analizar los principales problemas y desafíos que deben ser abordados con el fin de materializar los objetivos propuestos. En este sentido, se emplea una herramienta analítica poderosa conocida como árbol de problemas, que permite desglosar y visualizar de manera sistemática las causas y efectos de los problemas identificados, facilitando así la identificación de soluciones efectivas y sostenibles.

En consonancia con lo anterior, se desarrolla una matriz de Indicadores de Resultados, cuya finalidad es evaluar el impacto y la eficacia de la política pública propuesta. Esta matriz, proporciona un marco de evaluación integral que permite monitorear el progreso y los resultados alcanzados a lo largo del tiempo (ILPES, 2004)..

Por último, en esta sección se presentan las conclusiones derivadas del estudio, que destacan las principales contribuciones y recomendaciones para futuras investigaciones en el ámbito del turismo en Michoacán. Además, se abordan las implicaciones prácticas y políticas de los hallazgos obtenidos, ofreciendo así un conjunto de directrices claras y fundamentadas que orientan la acción tanto a nivel académico como práctico en el campo del turismo en la región de Michoacán.

CAPÍTULO 6. MATRIZ DE MARCO LÓGICO

En este capítulo, nos sumergiremos en la metodología del marco lógico, centrándonos específicamente en la guía desarrollada por el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en colaboración con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (ILPES, 2004).

Esta metodología proporciona un marco estructurado y sistemático para el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas, lo que resulta fundamental para abordar de manera efectiva los problemas y desafíos en el ámbito del turismo en Michoacán.

En primer lugar, se abordará el análisis de los involucrados, identificando a los diferentes actores y partes interesadas relevantes en el proceso de diseño e implementación de la política pública propuesta. Este análisis nos permitirá comprender mejor sus roles, intereses y capacidades, así como involucrarlos de manera efectiva en el proceso.

Posteriormente, nos se realizará la elaboración del árbol de problemas, que nos ayudará a identificar y visualizar de manera clara las causas y efectos de los problemas identificados en el ámbito del turismo en Michoacán. Esto proporcionará una base sólida para el desarrollo de estrategias y soluciones efectivas.

A continuación, el enfoque será en la construcción del árbol de objetivos, donde definiremos de manera precisa y concreta los resultados esperados de la política pública propuesta, estableciendo metas a corto, mediano y largo plazo que contribuyan al desarrollo sostenible y al crecimiento del sector turístico en la región.

Una vez establecidos los objetivos, se explorarán diferentes alternativas de solución, evaluando sus ventajas, desventajas y viabilidad en función de los objetivos y recursos disponibles. Esta etapa permitirá seleccionar la mejor opción para abordar los problemas identificados y alcanzar los resultados deseados.

Seguidamente, se desarrollará la justificación y la cobertura de la intervención propuesta, abordando de manera integral los problemas identificados con el fin de obtener un impacto positivo en la población objetivo y en el desarrollo del turismo en Michoacán.

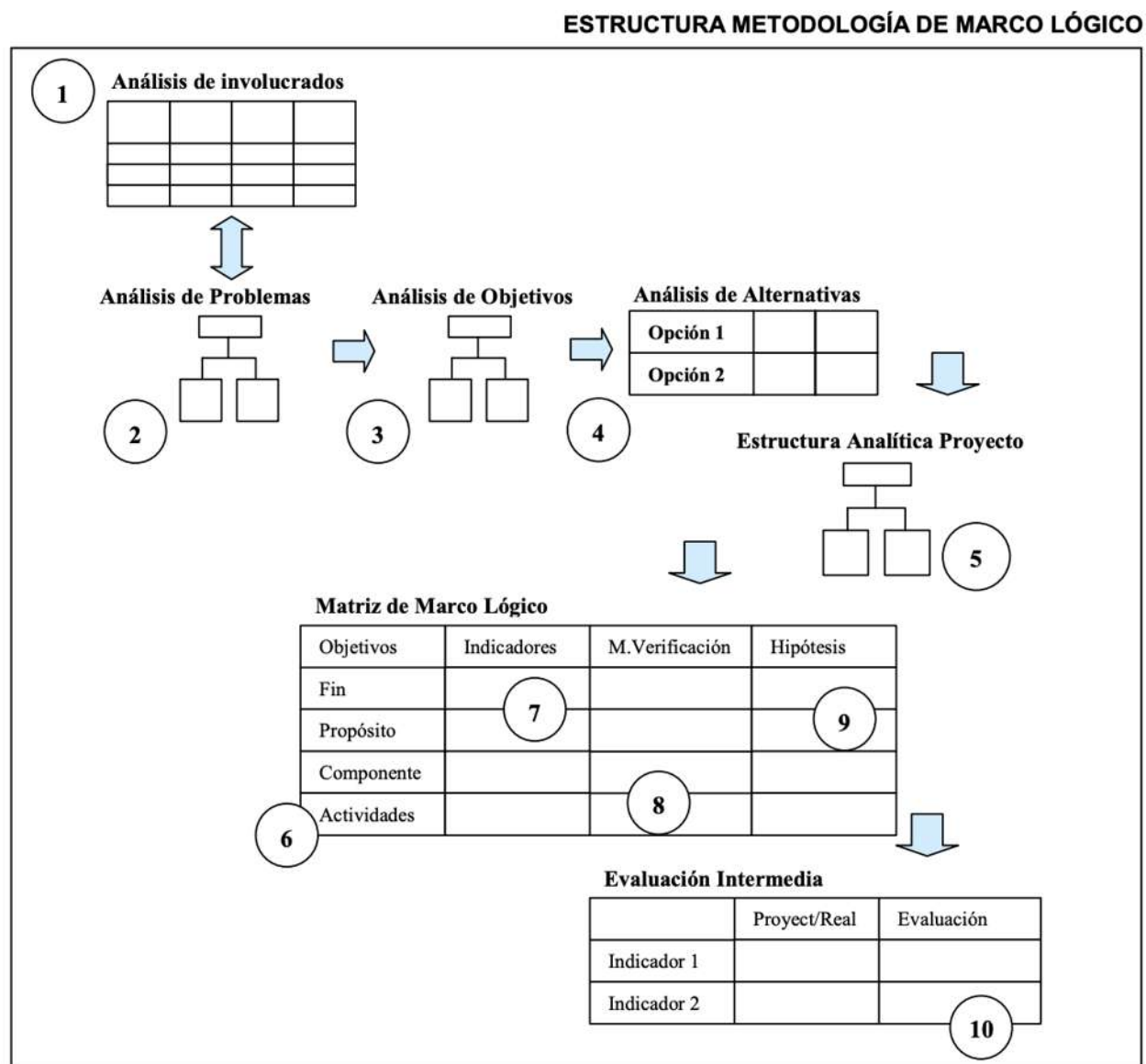
Después, se hará el diseño de la intervención, delineando los pasos específicos a seguir, los recursos necesarios y los mecanismos de implementación y seguimiento. Esto garantizará una ejecución efectiva y eficiente de la política pública propuesta.

Luego, se abordará la matriz de marco lógico, misma que integrará de manera sistemática todos los elementos clave de la propuesta de política pública, incluyendo fin, objetivo, componentes, y actividades. Esta matriz servirá como una herramienta de gestión y monitoreo durante todo el ciclo de la política pública.

Continuaremos con la elaboración de la matriz de indicadores de resultados, donde definiremos los indicadores clave que nos permitirán evaluar el impacto y la efectividad de la política pública propuesta. Estos indicadores nos proporcionarán datos cuantitativos y cualitativos para medir el progreso y el éxito de la intervención.

Finalmente, se realizará un resumen ejecutivo de la propuesta de política pública, destacando sus principales características, objetivos, actividades y resultados esperados. Este resumen servirá como una herramienta de comunicación y difusión para los grupos de interés clave y contribuirá a generar apoyo y compromiso con la intervención propuesta.

Figura 19. Estructura Metodología de Marco Lógico



Fuente: Elaboración Propia con base en CEPAL (ILPES, 2004)

6.1 Análisis de Involucrados

A continuación, se presenta un análisis de involucrados basado en esta metodología tomando en cuenta los principales interesados en la política turística dentro del estado de Michoacán.

Identificación de Involucrados

- **Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado:** Incluye al personal de la secretaría que realiza actividades relacionadas con el desarrollo, promoción y regulación del turismo, así como la gestión del presupuesto destinado a estas actividades.
- **Turistas Nacionales:** Personas que visitan Michoacán por diversos motivos, incluyendo interés en la gastronomía, la arquitectura y la cultura del estado.
- **Prestadores de Servicios Turísticos:** Empresas y personas que ofrecen servicios como alojamiento, alimentación, transporte local, guías turísticas, entre otros.
- **Comunidades Locales:** Habitantes de Michoacán que pueden verse afectados directa o indirectamente por el turismo, incluyendo beneficios económicos y posibles impactos en su estilo de vida y cultura.
- **Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) y Asociaciones Civiles:** Entidades que pueden participar en la promoción del turismo sostenible, la preservación cultural y natural, y en la defensa de los derechos de las comunidades locales.

Tabla 54. Análisis de Involucrados

Grupo de Involucrados	Expectativa	Fuerza	Resultante
Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado	5	5	25
Turistas Nacionales e Internacionales	4	3	12
Prestadores de Servicios Turísticos	4	4	16
Comunidades Locales	5	3	15

Grupo de Involucrados	Expectativa	Fuerza	Resultante
ONGs y Asociaciones Civiles	3	2	6

Fuente: Elaboración Propia con base en ILPES, 2004.

Interpretación:

- **Gobierno del Estado de Michoacán:** Con una resultante de 25, este grupo es el más influyente y tiene las expectativas más altas respecto al proyecto. Su capacidad para implementar cambios y asignar presupuestos es crucial para el éxito de las políticas de turismo.
- **Turistas Nacionales:** Aunque tienen una expectativa considerable (4), su fuerza es moderada (3), lo que refleja una influencia significativa pero no dominante en la dirección del turismo en Michoacán.
- **Prestadores de Servicios Turísticos:** Con un resultado de 16, este grupo es fundamental para la implementación de las políticas turísticas debido a su capacidad de influir directamente en la experiencia turística.
- **Comunidades Locales:** Tienen altas expectativas (5) sobre los beneficios del turismo, pero su fuerza es moderada (3), indicando que su capacidad de influencia depende del apoyo gubernamental y de otros grupos.
- **ONGs y Asociaciones Civiles:** Aunque su resultante es la más baja (6), su rol en la promoción de un turismo sostenible y en la defensa de las comunidades locales no debe subestimarse, especialmente en el largo plazo.

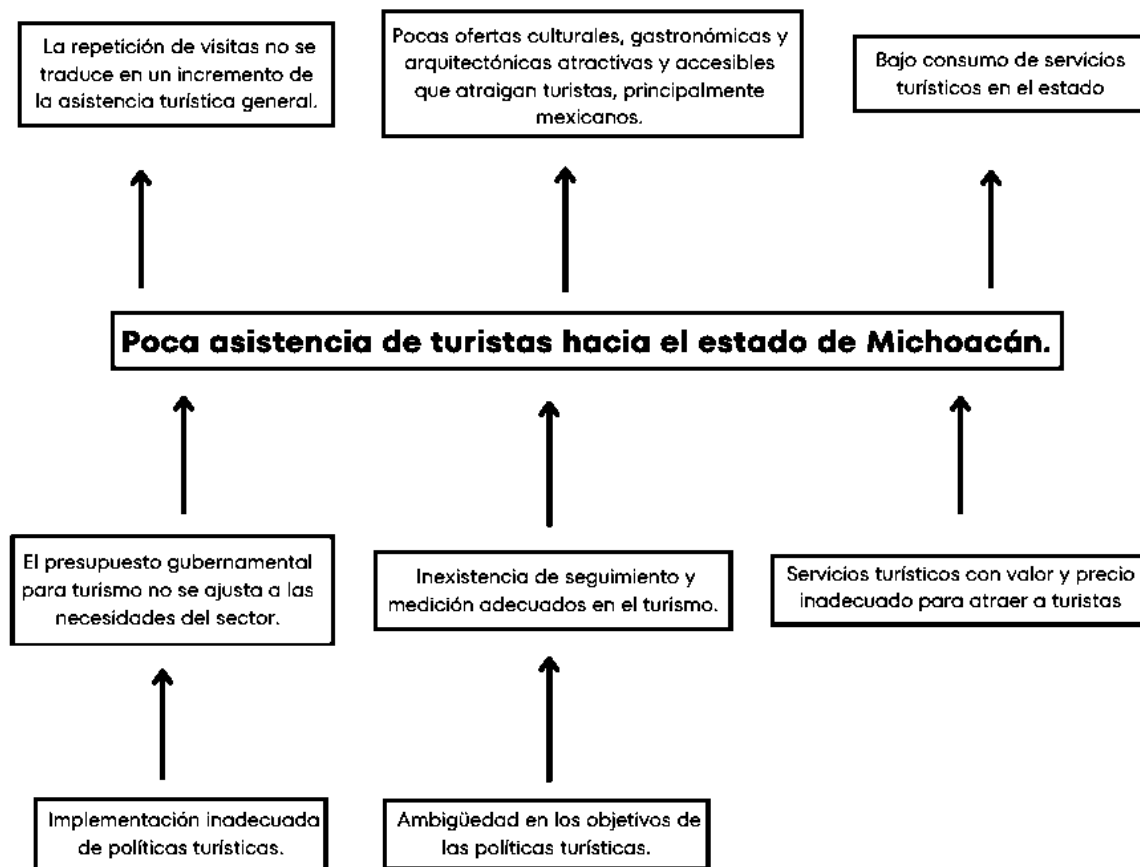
Esta tabla ayuda a identificar dónde concentrar los esfuerzos de diálogo, capacitación y asignación de recursos para maximizar el impacto positivo del proyecto de política turística en Michoacán.

•

6.2 Árbol de Problemas

Tomando en cuenta los hallazgos encontrados en la presente investigación para ajustar el árbol de problemas, se formularán las causas y efectos para reflejar de manera directa las observaciones específicas encontradas a través de los instrumentos de medición aplicadas tanto los turistas como los funcionarios de turismo encuestados.

Figura 20. Arbol de Problemas

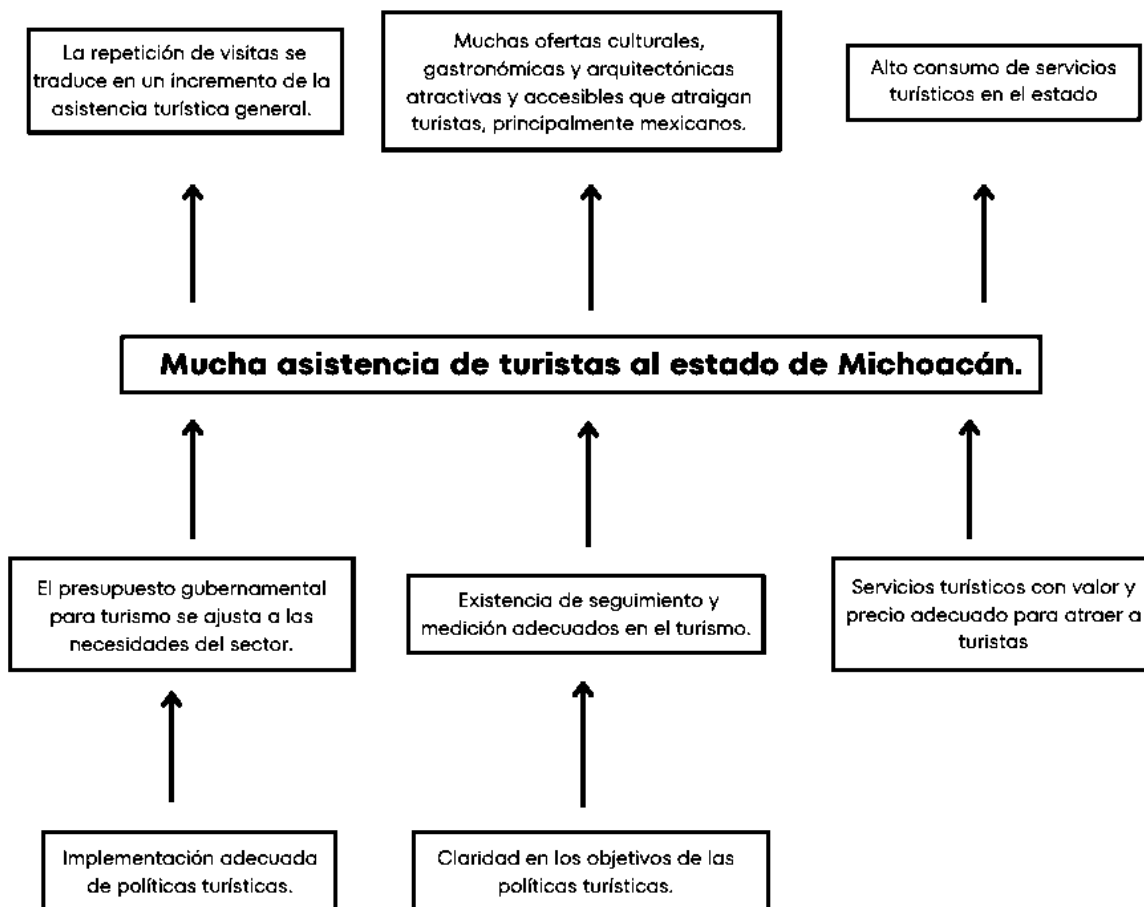


Fuente: Elaboración Propia con base en ILPES, 2004.

6.3 Árbol de Objetivos

Para convertir el árbol de problemas en un árbol de objetivos, reformularemos cada elemento de manera positiva, siguiendo la metodología del marco lógico. Esto implica transformar las causas negativas en objetivos específicos y los efectos negativos en resultados deseados, creando así una estructura que guíe hacia el logro del objetivo general de aumentar la asistencia de turistas al estado de Michoacán.

Figura 21. Árbol de Objetivos



Fuente: Elaboración Propia con base en ILPES, 2004..

6.4 Alternativas de Solución

Tabla 55. Alternativas de Solución

Objetivos Específicos	Alternativas de Solución
1. Ofrecer servicios turísticos a precios competitivos y con buen valor percibido.	- Realizar un estudio de mercado para ajustar los precios de los servicios turísticos a los estándares competitivos.
	- Desarrollar paquetes turísticos que ofrezcan una buena relación calidad-precio.
	- Promover descuentos y ofertas especiales durante temporadas bajas para atraer a más visitantes.
2. Clarificar y comunicar los objetivos de las políticas turísticas.	- Desarrollar y difundir materiales de comunicación claros sobre los objetivos y beneficios de las políticas turísticas.
	- Organizar reuniones informativas y talleres con stakeholders clave (prestadores de servicios, comunidades locales, etc.).
	- Utilizar medios digitales y redes sociales para una comunicación efectiva y amplia difusión.
3. Mejorar la implementación de políticas turísticas efectivas.	- Desarrollar un plan de acción detallado para la implementación de políticas, incluyendo cronogramas y responsables.
	- Capacitar a los funcionarios y trabajadores del sector turístico en mejores prácticas y en la aplicación de las políticas turísticas.
	- Crear un sistema de feedback y evaluación continua para ajustar las políticas según sea necesario.
4. Establecer sistemas de seguimiento y medición para el turismo.	- Implementar herramientas tecnológicas para el seguimiento en tiempo real de la afluencia turística y la satisfacción del turista.
	- Realizar encuestas periódicas a turistas y prestadores de servicios para medir el impacto de las políticas turísticas.
	- Establecer indicadores de rendimiento clave (KPIs) para evaluar el éxito de las estrategias turísticas.
5. Ajustar el presupuesto gubernamental a las necesidades reales del sector turístico.	- Revisar y reasignar el presupuesto turístico actual para asegurar una adecuada distribución de recursos.
	- Buscar financiamiento adicional a través de alianzas público-privadas.
	- Incentivar la inversión privada en el sector turístico mediante beneficios fiscales o subvenciones.

Fuente: Elaboración Propia con base en ILPES, 2004

6.5 Justificación, cobertura

La propuesta de política pública presentada se justifica por la necesidad urgente de aumentar la asistencia de turistas al estado de Michoacán, una región rica en cultura, gastronomía, y arquitectura. A pesar de sus numerosos atractivos, Michoacán ha enfrentado desafíos en atraer y retener turistas, lo cual se refleja en la poca asistencia reportada en años recientes. Esta situación subraya la importancia de una intervención estratégica que no solo busque incrementar la afluencia turística sino también maximizar el impacto económico y social del turismo en la región.

La propuesta se enfoca en cinco objetivos específicos: ajustar el presupuesto gubernamental a las necesidades reales del sector turístico, mejorar la implementación de políticas turísticas efectivas, establecer sistemas de seguimiento y medición para el turismo, clarificar y comunicar los objetivos de las políticas turísticas, y ofrecer servicios turísticos a precios competitivos con un buen valor percibido. Estos objetivos se alinean directamente con las causas subyacentes identificadas durante la investigación, las cuales incluyen el insuficiente financiamiento y la falta de estrategias claras y eficaces para el desarrollo turístico.

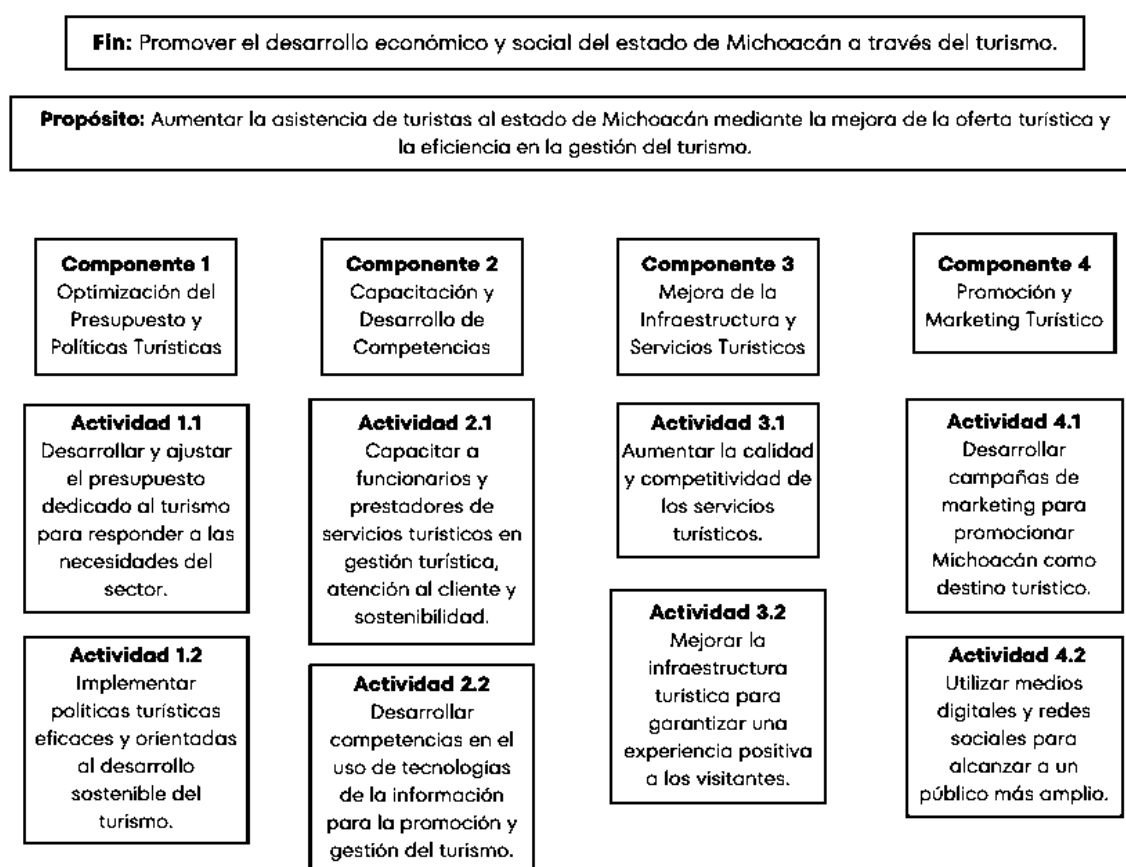
La cobertura de la propuesta abarca múltiples facetas del sector turístico en Michoacán, desde la reasignación de recursos financieros y la capacitación de personal, hasta la promoción de la región mediante paquetes turísticos competitivos y estrategias de marketing digital. Al hacerlo, se busca una transformación integral que no solo beneficie a los visitantes sino también a los prestadores de servicios locales, las comunidades anfitrionas, y la economía regional en su conjunto.

Esta propuesta de política pública está diseñada para ser inclusiva y sostenible. Reconoce la importancia de involucrar a todos los stakeholders en el proceso de desarrollo turístico, incluyendo gobiernos locales y estatales, el sector privado, comunidades locales, y los propios turistas. La implementación de esta política no solo pretende aumentar la cantidad de visitantes a Michoacán sino también mejorar su experiencia, asegurando que cada turista se convierta en un embajador de la riqueza cultural y natural del estado.

6.6 Estructura Analítica del Proyecto

La estructura analítica del proyecto ofrece un esquema detallado que articula de manera clara cómo las acciones específicas propuestas se alinean con los objetivos generales. A través de la identificación del fin, el propósito, los componentes clave y las actividades, se establece un marco lógico que guía la implementación del proyecto, asegurando que cada paso contribuya de manera efectiva hacia el logro.

Figura 22. Estructura Analítica del Proyecto



Fuente: Elaboración Propia con base en ILPES, 2004.

Este enfoque sistemático no solo facilita la planificación y ejecución del proyecto, sino que también permite monitorear su progreso y evaluar su impacto en la promoción de Michoacán como destino turístico preferente.

6.7 Matriz de Marco Lógico

Tabla 56. Matriz de Marco Lógico

	Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Fin	Promover el desarrollo económico y social del estado de Michoacán a través del turismo.	Incremento en el desarrollo económico y social del estado de Michoacán.	Estadísticas económicas y sociales regionales.	La estabilidad política y económica se mantiene en el estado.
Propósito	Aumentar la asistencia de turistas al estado de Michoacán mediante la mejora de la oferta turística y la eficiencia en la gestión del turismo.	Aumento en el número de turistas en Michoacán en un 20% en los próximos 5 años.	Encuestas de turismo, datos de afluencia turística.	Los turistas mantienen o aumentan su interés por experiencias culturales y naturales.
Componentes	A: Optimización del Presupuesto B: Capacitación y Desarrollo de Competencias C: Mejora de la Infraestructura y Servicios Turísticos D: Promoción y Marketing Turístico	Programas Turísticos Completados Número de funcionarios capacitados Percepción de los Usuarios Número de Turistas en Michoacán	Informes de política turística Certificados de capacitación Encuestas de satisfacción Tasa de Ocupación Hotelera	Aplicación adecuada del presupuesto Asistencia adecuada de los funcionarios Correcta colaboración entre gobierno e iniciativa privada
Actividades	A.1 Presupuesto dedicado al turismo para responder a las necesidades del sector. A.2 Políticas turísticas eficaces y orientadas al desarrollo sostenible del turismo. B.1 Capacitaciones a funcionarios en gestión turística, atención al cliente y sostenibilidad. B.2 Capacitaciones en el uso de tecnologías de la información para la promoción y gestión del turismo. C.1 Capacitaciones en calidad y competitividad de los servicios turísticos. C.2 Infraestructura turística para garantizar una experiencia positiva a los visitantes. D.1 Desarrollar campañas de marketing para promocionar Michoacán como destino turístico. D.2 Utilizar medios digitales y redes sociales para alcanzar a un público más amplio.	Costo anual de los Programas Turísticos Número de funcionarios capacitados en gestión turística, atención al cliente y sostenibilidad Número de funcionarios capacitados en el uso de tecnologías de la información para la promoción y gestión del turismo Inversión en infraestructura turística Número de campañas de comunicación social realizadas.	Registros contables de los programas turísticos Registros de Asistencia para cada capacitación Presupuesto destinado a infraestructura Programas de Comunicación Social	Los recursos asignados son acordes a los planes desarrollados. Disponibilidad de expertos y facilitadores para la capacitación. Colaboración entre gobierno y sector privado para infraestructura. Aceptación de las tendencias de consumo de medios digitales.

Fuente: Elaboración Propia con base en ILPES, 2004

6.8 Resumen Ejecutivo de la Propuesta de Política Pública

Objetivo General:

Promover el desarrollo económico y social del estado de Michoacán mediante el fortalecimiento del sector turístico, aumentando la asistencia de turistas y mejorando la calidad y competitividad de la oferta turística.

Ejes Estratégicos:

- Desarrollo y Gestión de Políticas Turísticas: Revisión y optimización del presupuesto y la formulación de políticas que promuevan el turismo sostenible.
- Formación y Capacitación: Mejora de las habilidades y competencias de los actores del turismo para ofrecer servicios de alta calidad.
- Infraestructura y Calidad de Servicios: Actualización y mantenimiento de infraestructura turística para mejorar la experiencia de los visitantes.
- Marketing y Promoción Digital: Implementación de estrategias de marketing innovadoras, aprovechando las herramientas digitales para aumentar la visibilidad del destino.
-

Población Objetivo:

- Turistas Nacionales e Internacionales: De acuerdo con la Secretaría de Turismo a través de su portal de datos (DATATUR), durante el año 2022, la entidad federativa recibió la notable cifra de 4 millones 924 mil turistas..
- Prestadores de Servicios Turísticos: El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), existen más de 36,000 unidades económicas en el estado de Michoacán dentro de los sectores relacionados al turismo, como lo son servicios de

alojamiento temporal, servicios de preparación de alimentos y bebidas, y servicios de cultura y recreación.

- Comunidad Local: Residentes de Michoacán que se benefician directa o indirectamente del turismo.
- Sector Gubernamental: Entidades públicas responsables de la planificación, regulación y promoción del turismo, destacando principalmente al personal de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo

Objetivos Específicos y Estrategias:

- Optimización del Presupuesto y Políticas Turísticas:
 - Ajustar el presupuesto de turismo para satisfacer las necesidades del sector.
 - Implementar políticas turísticas eficientes y sostenibles.
- Capacitación y Desarrollo de Competencias:
 - Ofrecer programas de capacitación a los actores del turismo en gestión, servicio al cliente y sostenibilidad.
 - Fomentar el uso de tecnologías de la información para la promoción turística.
- Mejora de Infraestructura y Servicios Turísticos:
 - Elevar la calidad de los servicios turísticos.
 - Desarrollar infraestructura para asegurar experiencias positivas para los visitantes.
- Promoción y Marketing Turístico:

- Realizar campañas de marketing para posicionar a Michoacán como destino turístico de preferencia.
- Utilizar medios digitales para ampliar el alcance y atraer un público más amplio.

Indicadores de Éxito:

La eficacia de la política pública se medirá a través de indicadores como el incremento en el PIB turístico del estado, el aumento en el número de turistas, la implementación efectiva de políticas turísticas, el número de personas capacitadas, la mejora en la satisfacción del turista y el alcance de las campañas de marketing.

Medios de Verificación:

Las herramientas para verificar el éxito incluirán estadísticas económicas y sociales, informes de política turística, registros de capacitación, encuestas de satisfacción turística, y análisis de marketing digital.

Supuestos:

La propuesta asume la continuidad de la estabilidad política y económica del estado, así como un interés sostenido o creciente de los turistas por experiencias culturales y naturales.

Implementación:

La ejecución de esta política requerirá la colaboración entre la Secretaría de Turismo, entidades financieras del estado, prestadores de servicios turísticos, y otros stakeholders. La implementación será supervisada por un comité de seguimiento que garantizará la adecuada aplicación del presupuesto, la participación en las capacitaciones, la mejora continua de la infraestructura y servicios, y la efectividad de las estrategias de marketing.

Conclusiones y Recomendaciones

La industria turística es un componente vital de la economía global, ofreciendo oportunidades de crecimiento económico, desarrollo social y conservación cultural. En este contexto, el estado de Michoacán, México, con su rica herencia cultural y natural, se presenta como un estudio de caso significativo para entender la dinámica entre el precio de los servicios turísticos, la asistencia de turistas y el impacto del gasto gubernamental en políticas turísticas. Este análisis ha revelado la complejidad y la interconexión de estos elementos, resaltando la necesidad de un enfoque estratégico y basado en evidencia para optimizar los beneficios del turismo.

El precio de los servicios turísticos juega un papel crucial en la decisión de los turistas de visitar un destino. La correlación fuerte y positiva de .820, con una significancia bilateral menor que .001, indica una relación significativa entre los precios de los servicios turísticos y la asistencia de turistas a Michoacán. Este hallazgo sugiere que, a medida que el precio de los servicios turísticos aumenta, la asistencia de turistas también tiende a incrementarse, y viceversa. Sin embargo, es fundamental reconocer que esta correlación no necesariamente implica causalidad directa. Los precios más altos podrían reflejar una mayor calidad o exclusividad de los servicios que atraen a un segmento de mercado específico, mientras que precios más bajos podrían hacer el destino accesible a un público más amplio.

La determinación de precios, por lo tanto, debe considerar no solo los costos y el margen de beneficio deseado sino también el valor percibido por los turistas. Estrategias de precios dinámicas y diferenciadas pueden ayudar a maximizar la asistencia turística, ajustándose a diferentes segmentos de mercado y temporadas, y reflejando la variedad y calidad de los servicios ofrecidos.

El gasto gubernamental en políticas turísticas es esencial para crear un entorno propicio para el turismo. Inversiones en infraestructura, promoción, seguridad y sostenibilidad pueden aumentar significativamente la atraktividad de un destino.

Aunque este estudio no abordó directamente la correlación entre el gasto gubernamental y la asistencia turística, es razonable inferir que una inversión efectiva y estratégica en el sector turístico puede facilitar el crecimiento de la asistencia turística.

Políticas bien diseñadas y ejecutadas pueden mejorar la infraestructura, elevar la calidad de los servicios, y potenciar la promoción del destino a nivel nacional e internacional.

La inversión en capacitación y desarrollo de competencias para los prestadores de servicios turísticos es también crucial. Programas de formación que mejoren la hospitalidad, el conocimiento cultural y las habilidades lingüísticas pueden enriquecer la experiencia turística y fomentar visitas repetidas.

Recomendaciones para Futuros Investigadores

- **Análisis Causal Profundo:** Futuras investigaciones deberían explorar la causalidad entre los precios de los servicios turísticos, el gasto gubernamental en políticas turísticas y la asistencia de turistas. Métodos cuantitativos avanzados, como modelos de ecuaciones estructurales, podrían ofrecer insights sobre las relaciones causales entre estas variables.
- **Segmentación de Mercado:** Es esencial entender cómo diferentes segmentos de mercado responden a variaciones en los precios de los servicios turísticos y en las políticas gubernamentales. Investigaciones futuras podrían identificar segmentos de mercado específicos más sensibles a estos factores.
- **Evaluación de Políticas Turísticas:** Un análisis exhaustivo del retorno de la inversión de las políticas turísticas gubernamentales podría proporcionar recomendaciones específicas para la asignación eficiente de recursos.

- **Impacto de la Tecnología:** Explorar cómo las innovaciones tecnológicas en marketing y gestión turística pueden influir en la relación entre los precios, el gasto gubernamental y la asistencia turística.
- **Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Investigar cómo prácticas sostenibles y responsables socialmente en el sector turístico afectan la percepción del valor y la disposición a pagar de los turistas.

En conclusión, la presente investigación subraya la importancia de una estrategia de precios bien considerada y el papel vital del gasto gubernamental en la formulación de políticas turísticas para el desarrollo del sector turístico en Michoacán. Los hallazgos ofrecen una base valiosa para futuras investigaciones y para los responsables de la formulación de políticas, quienes deben equilibrar cuidadosamente estos factores para fomentar un turismo próspero y sostenible.

Referencias

- Acerenza, M. A. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. Editorial Trillas
- Acerenza, M.A. (2005). Promoción Turística: Un enfoque metodológico (7ma ed.). Editorial Trillas
- Aguilar, L. (2012). El estudio de políticas públicas. México, D.F., México: Miguel Ángel Porrúa.
- Aguilar, L. F. (2010). *Política Pública*. Ciudad de México: Siglo Veintiuno
- Aguilar, L. (1993). La implementación de las políticas. Porrúa. México.
- Álvarez-Textocotitla, M., Álvarez, M. A. & Álvarez, S. . (2017). La Deuda Pública, el crecimiento económico y la política. Universidad Autónoma Metropolitana. <https://www.redalyc.org/journal/726/72654751003/>
- Anderson, J. (1975). Public Policy-making. Nueva York. Holt.
- Anguiano, L.. (2012). Turismo creativo: El fin de la competitividad. Del autor: Sergio Molina Espinoza. Universidad Autónoma del Estado de México. <https://www.redalyc.org/journal/1934/193435584009/>
- Arias Torres, D., Herrera Torres, H. A., & Colín Martínez, R. (2013). Políticas del gobierno del estado de Michoacán 2003-2010, ¿políticas gubernamentales o políticas públicas? Análisis desde el desarrollo local. Economía y Sociedad, XVII(29), 75-93.
- Arrow, K. (1966). Elección Social y Valores Individuales. Planeta-Agostini. Barcelona.
- Ávila, H. (22 de Octubre de 2016). Introducción a la metodología de la investigación. Obtenido de EUMED.NET: www.eumed.net/libros/2006c/203/
- Azuela-Flores, J. I., & Cogco-Calderón, A. R. (2014). Análisis De Las Políticas Públicas De Fomento A Las Artesanías En México. Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, Sociotam, XXIV(2), 9-28.

- Ball, F. ; Ibanez, J. and Picardi, S. Multiplicador del sector turístico. *Estud. Econ.* [online]. 2006, vol.23, n.46, pp. 1-24 . Available from: <http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2525-12952006001100001&lng=en&nrm=iso>. ISSN 2525-1295.
- Berger, Dina M. 2002. "Pyramids by Day, Martinis by Night: The Development and Promotion of Mexico's Tourism Industry, 1928-1946". Tesis de doctorado. University of Arizona.
- Bee de Dagum, E. (1963). La Teoría del Multiplicador, su aplicación en las economías No. desarrolladas, en particular Argentina. *Revista de Economía y Estadística*, Tercera Época, Vol. 7, No. 3-4 : 3º y 4º Trimestres, pp. 269-386.
- Bunge, M. (2014). La ciencia. Su método y su metodología. Sudamericana. Argentina.
- Bunge, Mario. (1999). *Buscar la filosofía en las ciencias sociales*, siglo XXI, México, D. F.
- Campo Martínez, S., & Yagüe Guillén, M. J. (2007). Efectos de las promociones en precios sobre la satisfacción del turista: Examen de la relación entre el precio y la satisfacción. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5(2), 139-148.
- Campo, A. & Oviedo, H.. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Cardozo Brum, M., (2013). Políticas públicas: los debates de su análisis y evaluación. *Andamios*, 10(21), 39-59.
- Cassanego Junior, P., & Simoni Ribeiro, N. D. (2010). COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO DEL SECTOR DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO. Análisis de la conurbación Fronteira da Paz. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(6), 1011-1036.
- Castillo, M. (2004). *Guía para la Formulación de Proyectos de Investigación*. Colombia: Alma Mater Magisterio
- Cordero, J. R. (2008). *Marketing Estratégico en Turismo*. Editorial Trillas

- Díaz-Aldret, A.. (2015). Participación ciudadana en la gestión y en las políticas públicas. Centro de Investigación y Docencia Económica. <https://www.redalyc.org/journal/133/13354361002/>
- Dror, Y. (2007). Prolegómenos para las ciencias de políticas. En L. F. Aguilar Villanueva, En el estudio de las Políticas Públicas. México, D.F., México: Miguel Ángel Porrúa.
- Dye, T. R. (1975) *Understanding Public Policies*. Englewood Cliffs. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing*. Pirámide.
- Espinoza, O. (2009). Reflexiones sobre los conceptos de “política”, políticas públicas y política educacional. Universidad de Diego Portales. Chile.
- Fernández, R. A., & Ruff, T. E. (2017). Estimación del multiplicador keynesiano del turismo internacional en Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(2), 248-266. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000200002&lng=es&tlng=es.
- Figuerola M. P. (1985). *Teoría Económica del Turismo*. Alianza Editorial.
- Geovan dos Reis, D., Baptista, L., & Fabíula Cardozo, P. (2017). EDUCACIÓN, RESTAURACIÓN Y TURISMO. Una reflexión dialéctica aplicada a la Casa Sede de la Hacienda Forestal (Irati, Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(2), 441-460.
- Gracia Hernández, M., & Alvarado Bernal, S. (2013). Las políticas públicas. Aplicación teórica y empírica para la gobernanza. *Espiral*, XX(57), 197-206.
- Guevara Sanginés, A. E., & Lara Pulido, J. A. (2015). Mitigación del cambio climático a través de un alumbrado público eficiente en México: superando los retos políticos en aras de la eficiencia económica y el equilibrio ambiental. *Acta Universitaria*, 25(1), 43-55.
- Hassen, S. (2000). Determinants of market competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research* (38), 240

- Hardin, R. (2004). "Rational Choice Political Philosophy", en *Politics from Anarchy to Democracy. Rational Choice in Political Science*.
- Hernández-Sampieri, R. (2022). *Metodología De La Investigación* (7ma ed.). McGraw-Hill Education.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2015). *Turismo, Sociedad y Territorio: Una lectura crítica* (1ra ed.). Universidad Autónoma de Querétaro, Editorial Universitaria.
- Hong, W. (2009). Global Competitiveness Measurement for the Tourism Sector, Current Issues in Tourism (12). p. 118.
- ILPES (2004). *Metodología del Marco Lógico*. CENEVAL. Santiago de Chile.
- Ingram, He len M., Anne L. Schneider y Peter DeLeon. 2007. Social Construction and Policy Design. En Theories of the Policy Process.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Producto Interno Bruto por Actividad Económica, 2023.
- Kerlinger, F. N. & Lee, H. B. (2002). *Foundations of Behavioral Research* (4th Revised ed.). McGraw Hill.
- Lalangui, J., Espinoza Carrión, C. R., & Pérez Espinoza, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. Universidad y Sociedad [seriada en línea], 9 (1), pp. 148-153. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Lasswell, H. (1970). *The emerging conception of the policy sciences*. Policy sciences, 3 - 14.
- Martínez-Espinoza, M. I., (2015). De la cultura en las políticas públicas. Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, 22(69), 235-241.
- Mballa, L. V.. (2018). La racionalidad y contexto político-institucional en la ideación de las políticas públicas. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.redalyc.org/journal/4264/426468293007/>

- Méndez, J. L. (2015). Análisis de políticas públicas: Teoría y casos. México: El Colegio de México.
- Merino, M. (2013). Políticas públicas. Ensayo sobre la intervención del Estado en la solución de problemas públicos. Mexico, D.F., México: Centro de Investigación y Docencias Económicas A.C.
- Molina, S. (1997). Citado en: Panoso, A., Lohmann, G. (2012). Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas
- Muñoz de Escalona, F. (2004). Los Modelos Económicos del Turismo. Contribuciones a la Economía
- McCool, Daniel. 1995. Public Policy Theories, Models, and Concepts. An Anthology. Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Nizza, C., Affranchino, G. & Rossen, A.. (2021). Aportes a la planificación de políticas públicas para un nuevo paradigma productivo. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.redalyc.org/journal/421/42175255016/>
- Organización Mundial del Turismo. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*. Naciones Unidas, Nueva York.
- Ortegón, E., Pacheco, J., & Prieto, A. (2005). Metodología del Marco Lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Santiago de Chile: CEPAL.
- Ortiz, H. T. & Villarreal, L. Z. (2021). Presentación: Turismo Rural en México. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(3), 812-815. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i3p812>
- Oszlak, O. y O' Donell, G. (1976) Estado y Políticas Estatales en América Latina: Hacia una estrategia de investigación, Documento CEDES/G.E. CLACSO/No. 4, marzo, Buenos Aires, Argentina.
- Pearce, D. G. (2021). Tourist destinations: Structure and synthesis. CABI Publishing. Nueva Zelanda
- Ramírez, M. (1981). *Teoría General de Turismo* (3.^a ed.). Escuela Panamericana de Hotelería.

- Rioja, L. H., Benítez, J. & Hernández, R.. (2019). Representación social y políticas públicas en materia de turismo: los casos de los Centros Integralmente Planeados de Cancún, Litibú, e Ixtapa-Zihuatanejo, México. Universidad Autónoma del Estado de México. <https://www.redalyc.org/journal/1934/193467294004/>
- Rubio Campos, J., (2013). Retos para la implementación de políticas públicas en América Latina. Buen Gobierno, (15), 146-156.
- Ruiz, C. (1996). Manual para la elaboración de políticas públicas. México, D.F., México: Editores Plaza y Valdés.
- Salazar, C. (2011). Políticas públicas. Puebla, Puebla, México: Instituto de Estudios Jurídicos de Puebla.
- Schneider, A. y Ingram, H. 1993. Social Construction of Target Populations. Implications for Politics and Policy. The American Political Science Review 87
- Soriano, R. (2022). GUIA PARA REALIZAR INVESTIGACIONES SOCIALES (38.a ed.). PLAZA Y VALDES, EDITORES.
- Stone, D. 1988. Policy Paradox and Political Reason. Estados Unidos: Harper Collins.
- Tremont, C., & Hernández, J. E. (2010). Calidad de servicio (personal en contacto y soporte físico) de los establecimientos de alojamiento del municipio Carirubana Estado Falcón. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8(1), 219-235.
- Treviño, E. & Tolentino, M.. (2017). El lugar de lo político en el discurso de las políticas públicas. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. <https://www.redalyc.org/journal/628/62854576005/>
- Gómez Lechaptois, F., (2013). Políticas públicas críticas para y desde América Latina. Política y Cultura, (40), 79-98.

- Valenti-Nigrini, G., & Flores-Llanos, U. (2009). Ciencias sociales y políticas públicas. *Revista Mexicana de Sociología*, 71(), 167-191.
- Velasco González, María 2011. «La política turística. Una arena de acción autónoma». *Cuadernos de Turismo* , 27: 953-969.
- Veldez Muñoz, R., (2003). Turismo Cultural: la Experiencia Mexicana. *Caderno Virtual de Turismo*, 3(1), 18-33.
- Vidal de la Rosa, G. (2008). La Teoría de la Elección Racional en las ciencias sociales. *Sociológica (México)*, 23(67), 221-236. Recuperado en 11 de noviembre de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732008000200009&lng=es&tlng=es.
- Zhang, Hanqin Qiu y Qi Yan. 2009. «The Effects of Power, Ideology, Interest Groups, and the Government on Tourism Policy Making. A Conceptual Model». *Journal of China Tourism Research*, 5: 158-173.

ANEXOS

ANEXO 1 - INSTRUMENTO DE MEDICIÓN PARA LA MUESTRA 1 (TURISTAS)

Item	1 - Totalmente de acuerdo	2 - De acuerdo	3.- En desacuerdo	4 - Totalmente en desacuerdo
1.- Al viajar, suelo hacerlo acompañado				
2.- Mis viajes son más en familia que con mis amigos				
3.- He visitado este destino con anterioridad				
4.- Mi estancia es mayor a una noche				
5.- Mi estancia es en un solo destino				
6.- Mi estancia nunca se extiende a lo planeado previamente				
7.- Mi nacionalidad es mexicana				
8.- Es la primera vez que visito este destino				
9.- Mi motivación principal es la gastronomía de el destino				
10.- Mi motivación principal es la arquitectura de el destino				
11.- Mi motivación principal es la cultura de el destino				

12.- He planeado previamente las actividades que realizaré en mi viaje				
13.- Realizar actividades turísticas en mi destino me motiva a querer volver				
14.- Elegí mi lugar de estadía previo a llegar a mi destino				
15.- El precio de mi estadía determinó el tiempo que estaré en mi destino				
16.- Considero adecuado el rango de precios para el servicio de alojamiento de mi destino				
17.- Considero adecuado el rango de precios para el servicio de transporte público de mi destino				
18.- Considero que el precio de el servicio de transporte público de mi destino es equiparable a su calidad				
19.- Utilicé el transporte público de mi destino en mi viaje				
20.- Mi experiencia con el transporte público de mi destino fue positiva				
21.- Mi gasto promedio en alimentación fue principalmente en restaurantes				

22.- Considero adecuado el rango de precios para el servicio de alimentos de mi destino				
23.- Considero adecuado el rango de precios para las actividades turísticas de mi destino				
24.- Las actividades turísticas son un factor importante para decidir mi destino				
25.- He realizado las actividades que planeé previamente				
26.- Considero adecuado el rango de precios para los souvenirs de mi destino				
27.- Los souvenirs son una parte importante en un viaje				

ANEXO 2 - INSTRUMENTO DE MEDICIÓN PARA LA MUESTRA 2 (FUNCIONARIOS DE GOBIERNO ESTATAL)

No.	Pregunta	1 - Totalmente de acuerdo	2 - De acuerdo	3.- En desacuerdo	4 - Totalmente en desacuerdo
1	1.- Considero que la variación anual de presupuesto fomenta una mayor afluencia de turistas hacia nuestro estado				
2	2.- Considero que la variación anual de presupuesto se realiza de forma adecuada				
3	3.- Considero que el presupuesto anual asignado es adecuado para lograr los objetivos				
4	4.- Considero que la aplicación del presupuesto se realiza de forma adecuada				
5	5.- Considero que el desglose del presupuesto se realiza de forma adecuada				

6	6.- Se tiene un enfoque más hacia proyectos en el presupuesto de turismo				
7	7.- Considero que la proporción presupuestal para proyectos es adecuada				
8	8.- Considero que se da un correcto seguimiento a los resultados en turismo				
9	9.- Se tiene una adecuada medición para los resultados en turismo				
10	10.- Considero que se cuenta con una correcta visión a futuro en materia de turismo				
11	11.- Considero que los eventos específicos realizados por gobierno son adecuados				
12	12.- Considero que los eventos específicos fomentan la afluencia turística				
13	13.- Considero que se han planteado correctamente los objetivos				

14	14.- Me parecen claros los objetivos				
15	15.- Considero adecuadas las prioridades planteadas en cada categoría presupuestaria				
16	16.- Considero adecuado el gasto realizado por categoría presupuestaria				

ANEXO 3 LIBRO DE DATOS PARA LA PRUEBA DE ALFA DE CRONBACH

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)															
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	
1	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	
2	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3	
3	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2	
4	2	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2
5	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	
6	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	2	1	
7	2	1	2	1	1	2	1	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
8	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
9	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
10	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
11	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	
12	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	
13	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
14	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	
15	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	
16	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	

ANEXO 4 LIBRO DE DATOS INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 1 (TURISTAS)

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)															
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	
1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	
2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	
3	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	1	2	2	2	2	1	2	1	4	3	2	
4	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
5	2	1	1	1	2	2	3	1	1	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
6	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	
7	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
8	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
9	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
10	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
11	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	
12	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	
13	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
14	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	
15	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	
16	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	
17	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
18	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
19	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
20	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	
21	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	
22	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
23	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3	
24	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
25	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	
26	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
27	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
28	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
29	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
30	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)														Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)													
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27
31	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
32	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
33	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
34	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2
35	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
36	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1
37	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
38	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3
39	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	4	2	1	4	3	2	2
40	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
41	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2
42	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
44	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3
45	2	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
46	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
47	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
48	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2
49	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
50	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
51	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
52	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4
53	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
54	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
55	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
56	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
57	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2
58	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2
59	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
60	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)														Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)													
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27
61	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
62	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
63	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4
64	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
65	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
66	1	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2
67	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
68	3	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2
69	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
70	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
71	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4
72	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1
73	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4
74	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	2	1
75	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
76	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
77	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2
78	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
79	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	1	2
80	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1
81	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
82	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
83	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	2	1
84	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
85	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
86	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
87	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
88	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1
89	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
90	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)																
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27		
91	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2		
92	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4		
93	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2		
94	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2		
95	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3		
96	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1		
97	2	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2		
98	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2		
99	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2		
100	2	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2		
101	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	
102	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	4
103	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2		
104	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1		
105	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	
106	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
107	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	
108	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4		
109	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2		
110	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2		
111	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2		
112	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2		
113	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2		
114	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2		
115	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
116	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2		
117	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3		
118	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4		
119	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2		
120	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)															
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	
121	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	2	1	
122	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2
123	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	
124	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
125	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
126	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	
127	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3	
128	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2	
129	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
130	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
131	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
132	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	
133	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
134	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	2	2	1	
135	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
136	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
137	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3	
138	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
139	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	
140	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
141	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
142	1	3	4	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	
143	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
144	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	
145	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
146	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
147	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	
148	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
149	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
150	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3	

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)															
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	
151	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2	
152	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	
153	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
154	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	
155	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	
156	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
157	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
158	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
159	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
160	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
161	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
162	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
163	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3	
164	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2	
165	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
166	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
167	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
168	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	
169	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
170	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
171	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	1	4	3	2	
172	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3	
173	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2	
174	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
175	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
176	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	4	
177	2	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
178	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
179	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
180	3	2	2	3	1	3	2	1	1	4	2	1	3	4	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	4

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)															
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	
181	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
182	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
183	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
184	3	1	2	2	1	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	4	2	3	
185	1	2	3	4	2	2	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	4	3	2	
186	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
187	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
188	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
189	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
190	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
191	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
192	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
193	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
194	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
195	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
196	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
197	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
198	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
199	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
200	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
201	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
202	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
203	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
204	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
205	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
206	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
207	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
208	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	
209	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
210	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)															
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	
211	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
212	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
213	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
214	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
215	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
216	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
217	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
218	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
219	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
220	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
221	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
222	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
223	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
224	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
225	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3	
226	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
227	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
228	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
229	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
230	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
231	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
232	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
233	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
234	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
235	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
236	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3	
237	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
238	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
239	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
240	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)															
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	
241	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
242	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
243	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
244	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
245	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
246	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
247	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
248	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3	
249	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
250	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
251	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
252	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
253	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
254	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
255	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3	
256	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
257	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
258	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
259	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	
260	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
261	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
262	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
263	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
264	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
265	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
266	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
267	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3	
268	2	1	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	
269	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	
270	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)													Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)														
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27
271	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
272	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
273	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
274	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
275	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
276	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
277	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
278	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
279	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
280	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2
281	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
282	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2
283	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
284	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
285	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2
286	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
287	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
288	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
289	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
290	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
291	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
292	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
293	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
294	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
295	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
296	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
297	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
298	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	3	2	1
299	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
300	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)														Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)													
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27
301	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
302	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
303	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
304	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
305	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
306	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
307	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1
308	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
309	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
310	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
311	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
312	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
313	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
314	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
315	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
316	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
317	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
318	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
319	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
320	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
321	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
322	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
323	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2	1	2
324	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
325	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
326	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
327	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
328	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
329	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
330	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)														Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)													
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27
331	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
332	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2
333	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
334	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
335	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
336	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
337	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
338	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
339	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
340	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
341	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
342	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
343	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2
344	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1
345	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
346	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
347	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
348	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
349	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
350	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
351	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1
352	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
353	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
354	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
355	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
356	2	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
357	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1
358	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
359	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
360	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2

Baja Asistencia de Turistas hacia Michoacán (Variable Dependiente)														Precio de los Servicios Turísticos (Independiente)													
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27
361	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
362	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2
363	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
364	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
365	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2
366	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1
367	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
368	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
369	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
370	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2
371	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1
372	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
373	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1
374	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
375	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3
376	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
377	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2
378	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2
379	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
380	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2
381	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1
382	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
383	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2
384	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1
385	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	3	1	4	1	1	2	2	4	4	3

ANEXO 5 LIBRO DE DATOS INSTRUMENTO 2 (FUNCIONARIOS DE GOBIERNO)

Gasto de Gobierno en Políticas Turísticas (Variable Independiente)																
Número de Encuesta	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16
1	2	3	2	2	3	1	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3
2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3
3	1	1	1	3	2	3	3	2	3	2	3	1	1	2	2	2
4	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	4	3	4	4	1
5	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	1	3	3	3
6	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	1	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	2	3	3	3	4
11	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
12	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



Sector Turístico en Michoacán - MPP José Roberto Gómez Cortés.pdf

22/08/2024

2eecdef0-60b4-11ef-ab55-8f0e8037fa3b

Semejanza: 10.3% Riesgo: probable

NOMBRE DEL TRABAJO

Sector Turístico en Michoacán: Una propuesta de Política Pública para su fortalecimiento

AUTOR

José Roberto Gómez Cortés

RECuento DE PALABRAS

49084 Words

RECuento DE CARACTERES

270662 Characters

RECuento DE PÁGINAS

226 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.5MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 26, 2024 8:35 AM CST

FECHA DEL INFORME

Aug 26, 2024 8:39 AM CST

● **23% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 22% Base de datos de Internet
- 9% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 0% Base de datos de trabajos entregados

Formato de Declaración de Originalidad y Uso de Inteligencia Artificial

Coordinación General de Estudios de Posgrado
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo



A quien corresponda,

Por este medio, quien abajo firma, bajo protesta de decir verdad, declara lo siguiente:

- Que presenta para revisión de originalidad el manuscrito cuyos detalles se especifican abajo.
- Que todas las fuentes consultadas para la elaboración del manuscrito están debidamente identificadas dentro del cuerpo del texto, e incluidas en la lista de referencias.
- Que, en caso de haber usado un sistema de inteligencia artificial, en cualquier etapa del desarrollo de su trabajo, lo ha especificado en la tabla que se encuentra en este documento.
- Que conoce la normativa de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en particular los Incisos IX y XII del artículo 85, y los artículos 88 y 101 del Estatuto Universitario de la UMSNH, además del transitorio tercero del Reglamento General para los Estudios de Posgrado de la UMSNH.

Datos del manuscrito que se presenta a revisión		
Programa educativo	Maestría en Políticas Públicas	
Título del trabajo	"Sector Turístico en Michoacán: Una Propuesta de Política Pública para su fortalecimiento"	
	Nombre	Correo electrónico
Autor/es	José Roberto Gómez Cortés	1209879f@umich.mx
Director	Rubén Molina Martínez	rmolina@umich.mx
Codirector		
Coordinador del programa	Félix Chamú Nicanor	mae.politicas.publicas@umich.mx

Uso de Inteligencia Artificial		
Rubro	Uso (sí/no)	Descripción
Asistencia en la redacción	No	

Formato de Declaración de Originalidad y Uso de Inteligencia Artificial

Coordinación General de Estudios de Posgrado
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo



Uso de Inteligencia Artificial		
Rubro	Uso (sí/no)	Descripción
Traducción al español	No	
Traducción a otra lengua	No	
Revisión y corrección de estilo	No	
Análisis de datos	No	
Búsqueda y organización de información	No	
Formateo de las referencias bibliográficas	No	
Generación de contenido multimedia	No	
Otro		

Datos del solicitante	
Nombre y firma	José Roberto Gómez Cortés
Lugar y fecha	Morelia, Michoacán, a 22 de agosto de 2024