



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE
SAN NICOLÁS DE HIDALGO**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**



**DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE
COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y DOTACIÓN FACTORIAL
DE LAS CIUDADES COLONIALES MEXICANAS
PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD BAJO UN ESCENARIO DE
PRECIOS INTERNACIONALES**



TESIS

Que para obtener el grado de

DOCTOR EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Presenta

ARIADNA ESMERALDA GALLEGOS RIVAS

Director de tesis:

ANTONIO KIDO CRUZ

Morelia, Mich., a Junio de 2012..



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
Coordinación del Doctorado en Ciencias en Negocios Internacionales

Dr. José Odón García García
Presidente del H. Consejo Técnico
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
P r e s e n t e

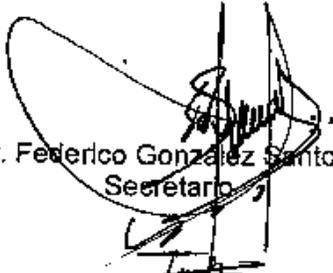
Por medio de la presente nos permitimos hacer de su conocimiento que, una vez revisada la Tesis Doctoral titulada "*Determinación de la Relación entre Competitividad Turística y Dotación Factorial en las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad Bajo un Escenario Comparativo de Precios Internacionales*", de la M. C. Ariadna Esmeralda Gallegos Rivas, alumna del Doctorado en Ciencias en Negocios Internacionales, que se ofrece en este Instituto, hemos encontrado que satisface plenamente los requerimientos hechos por el Jurado Sinodal, por lo que otorgamos nuestra autorización para que se lleve a cabo la impresión de la versión definitiva de la citada tesis y se continúe con el proceso de graduación correspondiente.

Sin otro asunto que tratar por el momento, aprovechamos para enviarle un cordial saludo y quedamos a sus órdenes para cualquier aclaración al respecto.

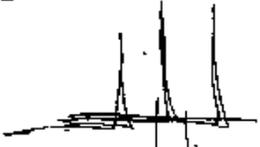
Atentamente
Morelia, Mich., 9 de marzo de 2012



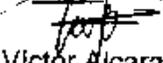
Dr. Antonio Kide Cruz
Presidente



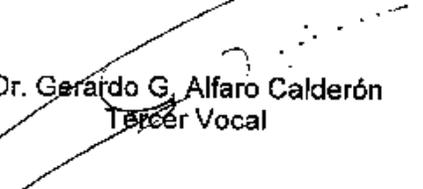
Dr. Federico González Santoyo
Secretario



Dr. Dante Ariel Ayala Ortiz
Primer vocal



Dr. Jorge Víctor Alcaraz Vera
Segundo Vocal



Dr. Gerardo G. Alfaro Calderón
Tercer Vocal



CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En la ciudad de Morelia, Michoacán, el día 1 de julio de 2012, la que suscribe ARIADNA ESMERALDA GALLEGOS RIVAS, alumna del Programa de Doctorado en Ciencias en Negocios Internacionales, adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, manifiesta que es autora intelectual del presente trabajo de tesis, realizado bajo la dirección del Dr. ANTONIO KIDO CRUZ y cede los derechos del trabajo titulado "Determinación de la relación entre Competitividad Turística y Dotación Factorial de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad bajo un escenario de precios internacionales" a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin permiso expreso de la autora del mismo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección: ariadna_ga@yahoo.com. Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento y crédito correspondiente, así como citar la fuente del mismo.

ATENTAMENTE

ARIADNA ESMERALDA GALLEGOS RIVAS

RESUMEN

En esta investigación se realiza un análisis de la competitividad y el posicionamiento del sector turístico de México y de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, en relación con su dotación de recursos turísticos, a nivel internacional y local.

Se pretende conocer, en términos comparativos, cuál destino es percibido como el de mayor competitividad.

Para el análisis internacional, se construye un *Índice de Competitividad de Precios* de México y sus principales competidores por turismo mundial. Se determina que México obtiene la mayor calificación en dicho *Índice* con respecto a sus principales países competidores.

Para el análisis local, se construye un *Índice de Competitividad Turística* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, categoría conformada por las ciudades de Morelia, Querétaro, Guanajuato, Puebla y Zacatecas. Se determina que la ciudad de Querétaro obtiene la mayor calificación en dicho *Índice* con respecto a sus principales ciudades competidoras.

Palabras claves: competitividad turística; dotación de recursos; ventajas comparativas y competitivas; y, Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

ABSTRACT

This research provides an analysis of the competitiveness and positioning of tourism sector in Mexico and the World Heritage Mexican Cities, in connection with their endowment of tourism resources, at a local and International level.

It is pretended to know, in comparative terms, which is perceived as the most competitive destination.

For the international analysis, we construct a Price Competitiveness Index of Mexico and its main competitors for international tourism. It is determined that Mexico gets the highest score in that index over its main competitors.

For the local analysis, we construct a Tourism Competitiveness Index of the World Heritage Mexican Cities, category formed by the cities of Morelia, Queretaro, Guanajuato, Puebla and Zacatecas. It is determined that the city of Queretaro gets the highest score in that index over its main rival cities.

Key words: tourism competitiveness; endowment of tourism resources; comparative and competitive advantages; and World Heritage Cities.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	7
Antecedentes y descripción del problema.....	7
Preguntas de investigación.....	20
Hipótesis.....	21
Objetivos	21
Justificación.....	22
Alcances y limitaciones.....	25
Teoría y método	27
Determinación de variables.....	30
Metodologías.....	32
I. MARCO TEORICO Y METODOLOGICO	34
Teorías de Comercio Internacional	34
Teoría de la Ventaja Comparativa.....	36
Teoría de las Dotaciones Factoriales.....	44
Teoría de la Competitividad.....	55
El enfoque tradicional.....	57
El enfoque estructural	60
Modelo de Competitividad Estructural.....	60
El enfoque sistémico.....	63
Modelo de Competitividad Sistémica de Esser	64
Teoría de la Competitividad Turística.....	66



Modelo de Competitividad de Acerenza	69
Modelo de Competitividad de Ritchie y Crouch	71
Modelo de Competitividad de Kim	74
Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim	75
Modelo propuesto de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad.....	78
Metodologías y operativización de variables	82
II MARCO REFERENCIAL	107
La dotación de recursos turísticos	107
Los recursos culturales	112
El patrimonio turístico	113
El patrimonio cultural	113
El patrimonio cultural tangible	114
El patrimonio cultural intangible	114
La competitividad turística.....	115
Atributos generadores de competitividad	119
Infraestructura.....	119
Espacios turísticos, culturales y coloniales.....	121
Sitios de interés turístico.....	122
Sitios declarados Patrimonio de la Humanidad	122
Atracciones turísticas y culturales	123
Eventos culturales y de esparcimiento.....	124
Legado histórico	124
Servicios	124
Información turística.....	125
Hospitalidad y atención	126
Rapidez en la atención	126
Establecimientos de servicios turísticos	127
Hospedaje y alojamiento	127



Calidad en el hospedaje y alojamiento	128
Gastronomía.....	129
Calidad, variedad e higiene en alimentos y bebidas	130
Transporte	131
Sistema vial.....	131
Capacidad vial	132
Vías de acceso	132
Seguridad	133
Seguridad turística	135
Conservación del destino.....	136
Estado de conservación	136
Limpieza urbana	137
Nivel de precios	137
Índice de precios al consumidor	137
Poder de paridad de compra	138
El Tipo de cambio.....	138
El turismo.....	139
Formas de turismo.	140
Elementos del turismo.	142
Clasificación del turismo.	144
El turismo cultural.	147
III LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DEL SECTOR TURISTICOEN MEXICO.....	151
México en el turismo internacional.....	152
La competitividad internacional de México en función del diferencial de precios.	162
IV LAS CIUDADES COLONIALESPATRIMONIO DE LA HUMANIDAD	193
Las Ciudades Coloniales	193
Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad	195



Las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad.....	197
Querétaro	197
Guanajuato.....	205
Morelia.....	214
Puebla	222
Zacatecas	229
V LA COMPETITIVIDAD TURISTICA DE LAS CIUDADES COLONIALES MEXICANAS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD.....	237
La competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad y su dotación de recursos turísticos	237
VI RESULTADOS	261
Análisis de competitividad internacional del sector turístico en México: el Índice de Competitividad de Precios Turísticos.....	262
Análisis de competitividad local del sector turístico en México: el Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad	267
CONCLUSIONES	295
PROPUESTA DE SOLUCION Y RECOMENDACIONES.	305
ANEXOS	315
FUENTES DE INFORMACIÓN	333



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Competitividad Internacional de Viajes y Turismo en México (2007-2011)	10
Tabla 2 México y la competitividad de sus recursos humanos, naturales y culturales (2007-2011)	13
Tabla 3 México en la recepción de turismo internacional (2000 – 2009)	15
Tabla 4 Posición mundial de México en la declaratoria de Sitios Patrimonio de la Humanidad (2009)	17
Tabla 5 Posición de México en la Lista de Declaratoria de Sitios Patrimonio de la Humanidad en América (2009).....	17
Tabla 6 Porcentaje de ocupación hotelera en la Ciudad de Morelia (2000 – 2011)..	19
Tabla 7 Métodos y Unidades de Registro Espacio-Temporales	29
Tabla 8 Sub-variables (dimensiones) de la dotación de recursos turísticos empleadas en el análisis de competitividad internacional y local	31
Tabla 9 Ventajas estructurales de los recursos turísticos del Modelo propuesto de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad.....	80
Tabla 10 Sub-variables e Indicadores de la Competitividad Internacional	83
Tabla 11 Ficha Metodológica del Análisis de Competitividad Internacional	86
Tabla 12 Agentes de la oferta turística.	89
Tabla 13 Cuestionarios aplicados en Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad.....	93
Tabla 14 Coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach.....	94
Tabla 15 Sub-variables, Indicadores y Fuentes del Índice de Competitividad de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad	96
Tabla 16 Ficha metodológica para el Análisis de Competitividad Local	97
Tabla 17 Competitividad Internacional de la Seguridad Turística en México (2008-2011)	135



Tabla 18 Posición de México en llegadas de turistas internacionales en millones de personas (2008-2010)	153
Tabla 19 Posición de México en captación de divisas por turismo internacional en miles de millones de dólares (2008-2010).....	154
Tabla 20 Posición de México en el gasto del turismo Internacional en miles de millones de dólares (2008-2010)	155
Tabla 21 Posición de México en turismo internacional (2005-2010).....	156
Tabla 22 Llegadas de Turistas Internacionales a México por país (2007-2010).....	158
Tabla 23 Llegadas de Turistas Internacionales a México por Región (2008)	159
Tabla 24 Participación del Turismo de Internación en México por Región (2008).	160
Tabla 25 Flujos Turísticos Anuales en México (2002 – 2010).....	161
Tabla 26 Flujos Turísticos Mensuales en México (2000 – 2008).....	161
Tabla 27 Tasa de cambio e Índice de Precios al Consumidor (2000 - 2008).	170
Tabla 28 Índice de Competitividad de Precios de Canadá - Estados Unidos (2006 – 2008)	173
Tabla 29 Índice de Competitividad de Precios de Canadá - Unión Europea (2006 – 2008)	175
Tabla 30 Índice de Competitividad de Precios de Canadá - México (2006 – 2008)	176
Tabla 31 Índice de Competitividad de Precios de Estados Unidos - Canadá (2006 – 2008)	177
Tabla 32 Índice de Competitividad de Precios Estados Unidos - Unión Europea (2006 – 2008).....	179
Tabla 33 Índice de Competitividad de Precios de Estados Unidos – México (2006 – 2008)	180
Tabla 34 Índice de Competitividad de Precios de la Unión Europea – Canadá (2006 – 2008)	182
Tabla 35 Índice de Competitividad de Precios de la Unión Europea – Estados Unidos (2006 – 2008).....	183
Tabla 36 Índice de Competitividad de Precios de la Unión Europea – México (2006 – 2008)	185
Tabla 37 Índice de Competitividad de Precios de México – Canadá (2006 – 2008)	186



Tabla 38 Índice de Competitividad de Precios de México – Estados Unidos (2006 – 2008)	188
Tabla 39 Índice de Competitividad de Precios de México – Unión Europea (2006 – 2008)	189
Tabla 40 Comparativo de Índices de Competitividad de Precios (2008)	190
Tabla 41 Comparativo de Índices de Competitividad de Precios (2007)	191
Tabla 42 Comparativo de Índices de Competitividad de Precios (2006)	191
Tabla 43 Variación Porcentual del Índice de Competitividad de Precios (2006-2008)	192
Tabla 44 Comunalidades de las sub-variables del <i>Modelo propuesto de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i>	252
Tabla 45 Comunalidades de los indicadores del <i>Modelo propuesto de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i>	254
Tabla 46 Calificación porcentual otorgada en el indicador precio en las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad	256
Tabla 47 Valores de ponderación de las sub-variables.....	258
Tabla 48 Calificaciones otorgadas a cada una de las sub-variables del <i>Modelo de competitividad turística propuesto para las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)</i>	260
Tabla 49 Variación e <i>Índice de Competitividad de Precios Turísticos de México (2006 – 2008)</i>	263
Tabla 50 <i>Índice de Competitividad de Precios Turísticos</i> de la Unión Europea (2006 – 2008)	264
Tabla 51 Índice de Competitividad de Precios Turísticos de Estados Unidos (2006 – 2008)	265
Tabla 52 Índice de Competitividad de Precios Turísticos de Canadá (2006 – 2008)	266



Tabla 53 Posición de México y sus principales competidores en el <i>Índice de Competitividad de Precios Turísticos</i> (2006 – 2008)	295
Tabla 54 Posición de Morelia y sus principales competidores en <i>el Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2006 – 2008).....	304



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Esquema metodológico.....	77
Ilustración 2 Plano de la ciudad de Querétaro en 1796	199
Ilustración 3 Plano de la ciudad de Guanajuato <i>ca.</i> 1750.....	208
Ilustración 4 Plano de la ciudad de Valladolid en 1794	216
Ilustración 5 Plano de la ciudad de Puebla en 1794	224
Ilustración 6 Plano de la ciudad de Zacatecas <i>ca.</i> 1795.....	231



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Participación de México en la recepción de turismo internacional (2000-2009)	16
Gráfico 2 Modelo propuesto de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad	81
Gráfico 3 Participación porcentual del turismo de internación en México por país o región de origen (2008).....	169
Gráfico 4 Población total de Santiago de Querétaro 1803-2010 (en habitantes).....	201
Gráfico 5 Población total de la ciudad de Guanajuato 1571-2010 (en habitantes)..	209
Gráfico 6 Población total de la ciudad de Morelia 1790-2010 (en habitantes)	218
Gráfico 7 Población total de la ciudad de Puebla 1803-2010 (en habitantes)	226
Gráfico 8 Población de la ciudad de Zacatecas 1742-2010 (en habitantes)	233
Gráfico 9 Calificación otorgada a la importancia de <i>Infraestructura</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	239
Gráfico 10 Calificación otorgada a la importancia de las <i>Atracciones turísticas y culturales</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009).....	240
Gráfico 11 Calificación otorgada a la importancia de los <i>Servicios</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	241
Gráfico 12 Calificación otorgada a la importancia del <i>Hospedaje y alojamiento</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	242
Gráfico 13 Calificación otorgada a la importancia de la <i>Gastronomía</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	243
Gráfico 14 Calificación otorgada a la importancia del <i>Transporte</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	244
Gráfico 15 Calificación otorgada a la importancia de la <i>Seguridad</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	245



Gráfico 16 Calificación otorgada a la importancia del <i>Estado de Conservación</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	246
Gráfico 17 Calificación otorgada a los <i>Edificios y Sitios históricos y culturales</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	268
Gráfico 18 Calificación otorgada a la declaratoria de <i>Sitios Patrimonio de la Humanidad</i> como atractivo turístico (2009).....	269
Gráfico 19 Calificación otorgada a los <i>Eventos culturales</i> ofertados en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	270
Gráfico 20 Calificación otorgada a las <i>Actividades de esparcimiento</i> que se ofertan al turista en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	271
Gráfico 21 Calificación otorgada al <i>Legado histórico y cultural</i> como atracción turística (2009).....	272
Gráfico 22 Calificación otorgada a la <i>Información turística</i> (2009)	273
Gráfico 23 Calificación otorgada a la <i>Hospitalidad y trato</i> que se brinda al turista en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009).....	274
Gráfico 24 Calificación otorgada a la <i>Rapidez en la atención</i> en la oferta de servicios turísticos en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	275
Gráfico 25 Calificación otorgada a los <i>Establecimientos de servicios turísticos</i> en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	276
Gráfico 26 Calificación otorgada al <i>Hospedaje y alojamiento</i> en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	277
Gráfico 27 Calificación otorgada a la <i>Higiene de alimentos y bebidas</i> que se ofrecen en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	278
Gráfico 28 Calificación otorgada a la <i>Calidad y variedad de alimentos y bebidas</i> que se ofrecen en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009).....	279
Gráfico 29 Calificación otorgada al <i>Sistema y capacidad vial</i> de las zonas turísticas en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	280



Gráfico 30 Calificación otorgada a las <i>Vías de acceso</i> a las zonas turísticas en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	281
Gráfico 31 Calificación otorgada a la <i>Seguridad</i> en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	282
Gráfico 32 Calificación otorgada a la <i>Limpieza y pulcritud</i> en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	283
Gráfico 33 Calificación otorgada al <i>Estado de conservación</i> de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)	284
Gráfico 34 <i>Subíndice de competitividad turística de la Infraestructura de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	285
Gráfico 35 <i>Subíndice de competitividad de las Atracciones turísticas y culturales de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	286
Gráfico 36 <i>Subíndice de competitividad turística de Servicios de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	287
Gráfico 37 <i>Subíndice de competitividad turística de Hospedaje y alojamiento de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	288
Gráfico 38 <i>Subíndice de competitividad turística de Gastronomía de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	289
Gráfico 39 <i>Subíndice de competitividad turística de Transporte de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	290
Gráfico 40 <i>Subíndice de competitividad turística de Seguridad de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	291
Gráfico 41 <i>Subíndice de competitividad turística del Estado de Conservación de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	292
Gráfico 42 <i>Subíndice de competitividad turística de Precios de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	293
Gráfico 43 <i>Índice de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad</i> (2009)	294



INDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

AMHM	Asociación de Hoteles y Moteles del Estado de Michoacán
ANCMPH	Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad
BM	Banco de México
CONABIO	Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad
CONANP	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
CPTM	Consejo de Promoción Turística de México
EC	Ecuación
FMI	Fondo Monetario Internacional
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
ICOMOS	Consejo Internacional de Monumentos y Sitios
ICPT	Índice de Competitividad de Precios Turísticos
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
IPC	Índice de Precios al Consumidor
ISO	Organización Internacional para la Estandarización
OCC	Oficina de Congresos y Convenciones
OCE	Oficina de Convenciones y Exposiciones
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OCV	Oficinas de Convenciones y Visitantes



OMC	Organización Mundial de Comercio
OMT	Organización Mundial de Turismo
PPC	Poder de Paridad Cambiaria
SE	Secretaría de Economía
SECTUR	Secretaría de Turismo
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SEMARNAT	Secretaría De Medio Ambiente y Recursos Naturales
SIOM	Sistema Integral de Operación Migratoria y el Instituto Nacional de Migración
SIIMT	Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos
TCN	Tasa de cambio nominal
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WEF	Foro Económico Mundial



GLOSARIO

Agencias de viajes. Empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores del rubro viajes, tales como aerolíneas, hoteles, cruceros, entre otros, ofreciéndoles condiciones de contratación en los viajes que desean emprender. Generalmente son minoristas, aunque también pueden ser a su vez mayoristas o proveedores.

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

Año base. Año que sirve como referencia para el cálculo de un índice.

Arquitectura barroca. Estilo arquitectónico que utiliza composiciones basadas en líneas curvas, elipses y espirales, así como figuras policéntricas complejas compuestas de motivos que se intersecan unos con otros.

Arquitectura churrigueresca. Estilo arquitectónico que posee un marcado movimiento y una recargada ornamentación.

Arquitectura neoclásica. Estilo arquitectónico que comparte rasgos con la estética romántica, al añadir cierta expresividad y espíritu exaltado a la sencillez y claridad de las estructuras clásicas grecorromanas.

Art nouveau. Estilo arquitectónico que utiliza arte decorativo en formas naturales y estructuras en flores, plantas y líneas curvas para armonizar con el entorno natural.

Competitividad turística. Habilidad de un destino de atraer visitantes o turistas.



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

Destino turístico. Lugar en el cual se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas que lleguen a dichos lugares. Según el consumidor, puede ser un país, una región, una ciudad o un lugar concreto.

Dotación de recursos turísticos. Conjunto de elementos de tipo económico, cultural, natural, social, arquitectónico y cualquier otro que posea un destino y que sea utilizado como fuente de atracción turística.

Dotación factorial. Ver dotación de recursos turísticos.

Operadoras turísticas. Empresa mayorista que contrata servicios de hoteles, restaurantes, empresas de transporte, etc. y los revende al usuario final, muchas veces armando paquetes de vacaciones.

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

Política turística. Conjunto de decisiones en materia turística que, integradas armónicamente en el contexto de la política nacional de desarrollo (sostenible), orientan la conducción del sector y norman las acciones por seguir, las cuales se traducen en planes y programas de desarrollo sectorial.



Recurso turístico. Elemento que se encuentra vinculado a la motivación de un potencial consumidor y a su satisfacción de necesidades y que, por tanto, incentiva el desplazamiento turístico.

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

Recursos naturales. Aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ambientales).

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

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



INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, debido a que es una actividad considerada como un factor real y potencial para el desarrollo de una nación. Esto se debe a su gran capacidad de generación de riqueza y empleo, su contribución a la aportación de divisas, al desarrollo regional y al crecimiento económico; además de generar beneficios y efectos positivos en el ámbito social y económico.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2009), este sector aporta alrededor del 15.4% de la producción mundial de bienes y servicios. Se estima que en los próximos 20 años viajarán por el mundo 1,600 millones de turistas, los cuales dejarán una derrama económica de dos billones de dólares y generarán el 4% del empleo total. El turismo representa alrededor de un 35% de la participación del total de las exportaciones de servicios en el mundo y al menos el 70% de la participación del total de las exportaciones de servicios en los países en vías de desarrollo (OMT, 2007).

El turismo tiene gran importancia para la economía mexicana, ya que es uno de los sectores de mayor aportación social y económica en el país (Serrato, *et. al.*, 2010). De acuerdo a la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2004), este sector contribuye de manera importante al desarrollo de las diferentes actividades que atienden la demanda de los turistas, como hospedaje, restaurantes y bares, agencias de viajes, transporte de pasajeros, centros de diversión, artesanado, entre otras; atrae inversión nacional y extranjera que se orienta a esos rubros y en algunos casos impulsa la infraestructura regional, mediante la construcción de aeropuertos, carreteras, autopistas, puertos y urbanizaciones.

En México, en las últimas décadas se han venido incrementando las cifras de captación de divisas por visitantes internacionales, el gasto promedio por turista de internación, y la inversión pública y privada en el sector; por esta razón, el turismo



ha tenido una contribución importante a la economía nacional. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2008), los principales resultados de la *Cuenta Satélite Turismo en México 2003-2006*, indican que el turismo representó un 8.2 % del Valor Agregado Bruto del total del país durante el año 2006, cifra superior a la del producto generado, de manera conjunta, por actividades económicas como la agricultura y las industrias alimentaria, de la madera, del papel y de la química. El Valor Agregado Bruto Turístico registró en 2006 un crecimiento real de 4.5% respecto al año anterior. En el mismo año, las actividades relacionadas con el turismo generaron poco más de 2.4 millones de puestos de trabajo remunerados, representando el 6.8% respecto al total del país. Destacaron por su aportación al empleo en este sector los servicios de restaurantes, bares y centros nocturnos, que representaron el 36.1% del total; los de transporte, el 18.2%; los de actividades dedicadas a la producción de artesanías y otros bienes, el 11.8%; los de alojamiento, tiempos compartidos y mantenimiento, el 9.5%; y, otros servicios, el 24.4%. En ese mismo año, el gasto del consumo efectuado por el total de los turistas alcanzó 1.3 billones de pesos corrientes, de los cuales el *consumo interior*¹ aportó el 92.2% del gasto total y el *egresivo*² representó el 7.8% restante.

Un elemento importante que ha motivado la creciente captación de flujos turísticos en México es la gran cantidad de recursos turísticos que posee, es decir, su dotación factorial. Esto favorece que la oferta turística pueda enfocarse a satisfacer necesidades y preferencias de diferentes segmentos de mercado y permite que los turistas se sientan atraídos por motivos distintos, tanto por razones sociales, culturales e incluso, económicas.

Nuestro país posee una extensa variedad de riquezas culturales y naturales; una herencia de civilizaciones prehispánicas y el desarrollo de sitios arqueológicos como símbolos de identidad nacional; vestigios de culturas ancestrales y extensas áreas naturales con elementos históricos que lo diferencian del resto del mundo,

¹ El *consumo interior* se refiere al gasto efectuado por los turistas nacionales y extranjeros en nuestro país (n.a.).

² El *consumo egresivo* se refiere al gasto efectuado por los turistas nacionales en el extranjero (n.a.).



inigualables playas y una infraestructura turística de vanguardia internacional (SECTUR, 2007).

Algunos de los sitios que cuentan con gran atractivo son las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad. Son poseedoras de un patrimonio turístico y cultural de un extraordinario valor reconocido a nivel internacional, principalmente porque encierran una relevante herencia de la historia y la cultura indígena, novohispana y española. Sin embargo, a pesar de la gran riqueza de recursos turísticos de México y de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, su inadecuada gestión no permite que tales ventajas comparativas puedan transformarse en ventajas competitivas suficientes, que permitan que estas ciudades puedan competir con éxito en una amplia oferta turística nacional e internacional.

Esto nos conduce a formular la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la competitividad y el posicionamiento del sector turístico de México con respecto a sus principales competidores a nivel internacional, y de la ciudad de Morelia con respecto a las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, en función de su dotación factorial?

Se partió de la hipótesis de que tanto el sector turístico de México como el de la ciudad de Morelia posee una importante dotación factorial, pero ésta no se ve reflejada en una elevada competitividad.

El objetivo central de la investigación es demostrar que el sector turístico posee una importante dotación de recursos, expresada en las ventajas comparativas de México con respecto a sus principales competidores a nivel internacional, y de la ciudad de Morelia con respecto a las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad; sin embargo, dichas ventajas no han sido plenamente convertidas en competitivas.

Para abordar la relación existente entre la competitividad y la dotación de recursos turísticos, se realiza un análisis y reflexión de los fundamentos teórico-referenciales de dicho tema; lo expuesto en la *Teoría de la Ventaja Comparativa* de



David Ricardo (1818), en la *Teoría de las Dotaciones Factoriales* de Heckscher–Ohlin (1968), en la *Teoría de la Competitividad* de Porter (1990), y en la *Teoría de la Competitividad Turística*; ésta última desarrollada a partir de los modelos de Ritchie y Crouch (2000), de Kim (2001), de Dwyer y Kim (2003), y de Acerenza (2009).

Se dilucida la dotación de recursos turísticos, como factor de motivación del desplazamiento de personas a sitios distintos de sus usuales lugares de residencia y como elemento determinante del turismo internacional.

Se hace un análisis comparativo de la competitividad del sector turístico en México con relación a sus principales competidores a nivel internacional, en función del diferencial de precios, así como de la competitividad del sector turístico de la ciudad de Morelia con respecto a sus principales competidores a nivel nacional, en función de su dotación de recursos turísticos.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1995), existe evidencia de la necesidad de generar estudios científicos y sistemáticos a nivel nacional y local, que permitan posicionar al sector turístico de México en el mercado internacional. La información arrojada por este tipo de estudios sirve como instrumento para orientar las políticas públicas hacia la gestión y conversión del mayor número de ventajas comparativas en competitivas.

En la parte introductoria de esta investigación se hace referencia a las generalidades y antecedentes de la actividad turística en México, especificando el problema en estudio, las preguntas de investigación, las hipótesis, los objetivos, los alcances y las limitaciones de la investigación, así como su justificación. También se presenta el marco teórico – metodológico que se utilizará en esta investigación. Para el análisis comparativo a nivel internacional de la competitividad del sector turístico de México, se presenta una metodología utilizada en el Programa de Comparaciones Internacionales del Banco Mundial y en diferentes estudios (Dwyer, *et. al*, 1999, 2000a, 2000b, y 2001; FMI, 2005). Para el análisis de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, se expone una propuesta teórico – metodológica de autoría propia.



El primer capítulo comprende el desarrollo amplio del marco teórico. Se abordan las Teorías de Comercio Internacional en dos secciones. En la primera parte se analiza la teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo (1818), que se basa en el supuesto de que todo país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que puede producir a un costo relativamente bajo. En la segunda sección, se analiza la teoría de la Dotación Factorial de Hecksher–Ohlin (1968), cuyo teorema principal se fundamenta en la especialización de los países para la producción de aquellos bienes en los cuales utilice los recursos en los cuales esté mejor dotado, lo que le originará una ventaja comparativa. En la segunda parte del capítulo se analizan diferentes enfoques teóricos sobre la Competitividad y la Competitividad Turística, que se basan en la existencia de ventajas comparativas y competitivas, las cuales determinan las habilidades de un destino de usar de manera efectiva sus recursos para atraer e incrementar el flujo turístico.

El segundo capítulo comprende el marco referencial, que aborda términos y aspectos conceptuales que se utilizan en esta investigación. Se describen las variables de la dotación factorial (determinada por la dotación de recursos turísticos) y la competitividad turística. Se definen los atributos generadores de la competitividad, es decir, las nueve sub-variables: a) *infraestructura*; b) *hospedaje y alojamiento*; c) *gastronomía*; d) *transporte*; e) *seguridad*; f) *conservación del destino*; g) *servicios*; h) *atracciones turísticas y culturales*; e, i) *precios* (ver ilustración 1). Posteriormente se hace referencia a conceptos de turismo, sus formas, elementos y clasificaciones.

El tercer capítulo ilustra el sector turístico en México y su competitividad a nivel internacional. Se muestra una perspectiva general del sector, mediante la descripción y análisis de aspectos que denotan su posición y su desempeño en el mercado. Se hace un análisis comparativo a nivel internacional, para lo cual, se construye un *Índice de Competitividad de Precios Turísticos (ICPT)*. Dicho índice se compone del Índice de Precios al Consumidor (IPC), del Poder de Paridad Cambiaria (PPC) y de la Tasa de Cambio Nominal (TCN). Su utilidad radica en que permite determinar la posición de México frente a sus principales competidores internacionales en función del diferencial de precios relativos.



El cuarto capítulo se compone de dos secciones. En la primera parte se expone una investigación documental de las ciudades objeto de estudio: Querétaro, Guanajuato, Morelia, Zacatecas y Puebla. Se describen sus principales recursos turísticos y sus criterios de designación como Patrimonio de la Humanidad. La segunda parte contiene un análisis sincrónico – comparativo a nivel local. Se construye un *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*, el cual se compone de las nueve sub-variables mencionadas. Su utilidad radica en que permite determinar la posición comparativa de las ciudades en estudio, así como sus fortalezas y debilidades; por tanto, constituye un instrumento para la elaboración de políticas públicas, que permite incrementar la competitividad del sector turístico a nivel local e internacional.

En el quinto capítulo se interpretan y sistematizan los resultados arrojados por la aplicación de la metodología basada en los índices de *Competitividad de Precios Turísticos* y de *Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*. Se determina que, a nivel nacional, México es el país que posee mayor grado de competitividad con respecto a sus competidores, en función de su diferencial de precios. A nivel local, la ciudad que presenta un mayor nivel de competitividad es la ciudad de Querétaro. Se muestran también aspectos que denotan fortalezas y debilidades para cada una de las ciudades objeto de estudio.

Finalmente, se presentan las conclusiones arrojadas por este estudio; se establecen las nuevas preguntas y líneas de investigación generadas; y se expone una propuesta dirigida a la formulación de políticas públicas que permita incrementar la competitividad del sector turístico en México a nivel internacional y la de la ciudad de Morelia a nivel local.



GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación analiza la competitividad del sector turístico en México a nivel internacional, desde la perspectiva del diferencial de precios y de la Ciudad de Morelia a nivel local, desde el enfoque de su dotación factorial o de recursos turísticos.

En esta sección se parte de los antecedentes que se han presentado en el sector turístico mexicano y la descripción del problema que se plantea. Se formulan las hipótesis que pretenden resolver las preguntas planteadas y se establecen sus respectivos objetivos. Se describen los argumentos que conforman la justificación, los alcances y los límites.

Antecedentes y descripción del problema

En las últimas décadas, el sector turístico mundial se ha enfrentado a un nivel de competencia entre los destinos turísticos sin precedentes. La globalización, la internacionalización del capital; la expansión espacial de grandes corporaciones turísticas; y, la integración, cooperación y alianzas entre ellas, son algunos de los factores que han provocado una atroz batalla por la captación de turistas internacionales (Acerenza, 2004).

El turismo internacional es muy sensible al impacto negativo de diversos fenómenos económicos y naturales, tales como la volatilidad en los tipos de cambio, los desastres naturales, y problemas de diferente índole, lo cual afecta la competitividad del sector (SECTUR, 2009). A pesar de que este sector muestra una mejor resistencia que otros, comenzó a deteriorarse desde el año 2008 a nivel mundial. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2009), a pesar de que ha presentado un crecimiento durante los últimos cinco años de un cinco por ciento, se situó en valores negativos durante la segunda mitad del 2008 debido a las crisis financieras que se han presentado a nivel mundial. Las llegadas de turistas



internacionales disminuyeron en todo el mundo un 7% entre enero y agosto de 2009. Se estima que los ingresos por turismo internacional se contrajeron en términos reales entre un 9% y un 10% durante el primer semestre del 2009.

La competitividad turística mundial es medida por el Foro Económico Mundial (WEF), quien ha desarrollado un índice denominado *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo*.

Dicho índice mide los factores que hacen atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de un país específico. Ha sido publicado periódicamente desde el año 2007, incluyendo en su análisis una muestra diferente en el número de países. En el año mencionado, se incluyeron en el estudio un total de 124 naciones; en el 2008 fueron 130; en el 2009 se tomaron 133; y, en el 2011, 139.

A pesar de que este índice tiene reconocimiento a nivel internacional, una debilidad que posee radica en que su evaluación no es una medida del atractivo de una nación como destino turístico, por lo que su análisis no se enfoca al consumidor, sino al inversionista o proveedor de servicios turísticos. En dicho reporte se reconoce que se tienen limitaciones en los indicadores manejados, debido principalmente a la falta de información existente.

El *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo* contempla tres dimensiones principales:

1. *Marco Regulator*. Se compone por todas las normas y políticas. Incluye la sustentabilidad ambiental y el tema de la seguridad e higiene.
2. *Entorno empresarial e infraestructura*. Se compone por el conjunto de elementos, servicios y equipos necesario para el desarrollo de la actividad turística, el transporte, las instalaciones físicas y la competitividad de precios.
3. *Recursos Humanos, Naturales y Culturales*. Se compone por los recursos turísticos, la educación y entrenamiento del personal y la disponibilidad de mano de obra calificada.



Los mencionados rubros son identificados como palanca para mejorar la competitividad turística en el mundo.

México ocupó en el índice global la posición número 49 en el año 2007; para el año 2008 tuvo una caída de seis lugares, descendiendo al sitio 55; sin embargo, a partir del año 2009 tuvo un repunte, ocupando el sitio 51; finalmente, siguió repuntando hasta llegar al 43 en el 2011 (ver tabla 1).

En el rubro del *Marco Regulador* se observa una caída continua entre el año 2007 y 2009, donde México descendió del lugar 48 hasta el número 80; éste descenso de casi 40 lugares en competitividad, obedece a una falta de eficiencia y eficacia en las políticas públicas en los temas de sustentabilidad ambiental, seguridad e higiene; a pesar de los tropiezos, para el año 2010 nuestro país tiene un ligero repunte, llegando al lugar número 74, posición que se encuentra todavía muy por debajo del sitio que ocupó durante el año inicial de nuestro análisis. Este desempeño es evidentemente mediocre si lo contrastamos con su extraordinaria dotación de recursos. En este caso, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) y la Secretaría de Salud (SS) del ámbito federal, no están haciendo un trabajo ni siquiera de mediana calidad, lo que repercute en la pérdida de la competitividad en los sectores que le competen, ya que ésta no es responsabilidad exclusiva de la secretarías de turismo federal, estatales y municipales.

En cuanto al *Entorno Empresarial e Infraestructura*, tuvo decremento al descender de la posición número 57 en el 2007 a la 61 en el 2008; a partir de ahí y hasta el 2010 nuestro país prácticamente se ha estancado en esa última posición. Este descenso-estancamiento obedece en gran parte a las políticas públicas referentes a la reglamentación y normatividad vigente para establecer empresas, así como a la infraestructura requerida para operarlas y la ineficiencia en la operación y gestión en los rubros del transporte aéreo, terrestre e infraestructura turística, además de la falta de una política monetaria que permita motivar la competitividad de precios. La Secretaría de Economía (SE) y La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)



tienen mucho trabajo que hacer en el tema de la competitividad turística, facilitando el establecimiento de empresas, agilizando los trámites requeridos y propiciando un ambiente apto para el desarrollo empresarial.

En el rubro en el que más destacó México fue el de *Recursos Humanos, Naturales y Culturales*, observándose un avance considerable en materia de competitividad. En el año 2007 ocupó la posición 50; en el 2008 ascendió al lugar 19; y, en el 2009 y 2011 se mantuvo en el sitio número 13, mejorando de manera sustancial e incrementando su competitividad de forma importante en el período analizado. En este rubro se muestra una importante ventaja comparativa respecto a otros países (ver tabla 1).

Tabla 1 Competitividad Internacional de Viajes y Turismo en México (2007-2011)

Rubro	Posición 2010-2011	Posición 2009	Posición 2008	Posición 2007
Índice Global	43	51	55	49
<i>Marco Regulator</i>	74	80	71	48
<i>Entorno Empresarial/ Infraestructura</i>	61	62	61	57
<i>Recursos Humanos, Naturales y Culturales</i>	13	13	19	50

Fuente: Elaboración propia con cifras del *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo* del Foro Económico Mundial, 2007, 2008, 2009 y 2010- 2011.

El rubro en el que México tuvo una mejor apreciación, fue el de *Recursos Humanos, Naturales y Culturales*, el cual constituye su dotación de recursos turísticos. Se analizan en este apartado varios sub-rubros: a) recursos naturales; b) recursos culturales; c) recursos humanos; d) número de Sitios Patrimonio Natural; e) Áreas protegidas; f) Calidad del ambiente natural; g) Número de Sitios Patrimonio Cultural; h) Total de especies conocidas; i) Número de ferias y exhibiciones; y, j) Estadios Deportivos.



Analizando los sub-rubros de los recursos naturales y culturales, se observa lo siguiente (ver tabla 2):

En el concepto de *Recursos Naturales*, nuestro país mejoró su posición, pasando del sitio 29 en el 2007; al 25 en el 2008; al 18 en el 2009; y al 10 en el 2011, conformando una de las ventajas comparativas de México.

En el rubro de *Recursos Culturales*, México pasó del lugar 29 en el 2007, al 25 en el 2008, al 20 en el 2009, y al 19 en el 2011, mejorando su competitividad de manera notoria. Cabe mencionar que éste es otro elemento importante de la dotación de recursos, fundamental de la oferta del turismo cultural, que podría potencializarse mediante acciones promovidas por la Secretaría de Turismo y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

El principal aspecto en donde tuvo México un mal desempeño fue en el de los *Recursos Humanos*, rubro en el que nuestro país descendió notablemente, pasando de la posición 50 en el 2007, a la 52 en el año del 2008, a la 63 en el 2009, ya la 73 en el 2011. Es evidente que la Secretaría de Educación Pública Federal, las secretarías de educación en los estados, y las demás instancias formadoras de los recursos humanos del sector turismo de nuestro país no están haciendo bien su trabajo de contribuir a la competitividad turística de México, al crear condiciones que permitan asegurar el acceso de todos los mexicanos a una educación de calidad, en el nivel y modalidad que la requieran y en el lugar donde la demanden.

En el *Número de Sitios Patrimonio Natural*, entre el 2008 y el 2011 México mejoró su posición internacional pasando del lugar 15 al 10, siendo ésta una de sus mejores fortalezas y atractivos turísticos. Sin embargo, en las *Áreas Protegidas*, obtuvo la posición 44 en el 2007; 67 en el 2008 y 2009; y, la 56 en el 2011 (ver tabla 3). La Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) no está logrando su misión de manera eficiente de conservar el patrimonio natural de México y fomentando una cultura de conservación y desarrollo sustentable de las comunidades asentadas en su entorno de manera eficiente. Lo anterior se evidencia al observar la contradicción de las calificaciones otorgadas a los *Sitios Patrimonio*



Natural y a *Áreas protegidas*, en donde la evaluación del primer rubro lo posicionó en los primeros lugares a nivel internacional, mientras que la del segundo lo demeritó en términos de competitividad internacional. Su objetivo de “fomentar el turismo en las Áreas Naturales Protegidas, como una herramienta de desarrollo sustentable y de sensibilización y cultura para la conservación de los ecosistemas y su biodiversidad” el compromiso asumido por el Presidente de la República ante la ciudadanía, instruido a la mencionada Comisión de “Consolidar el turismo en áreas protegidas como la parte fundamental del Programa Nacional de Turismo de Naturaleza asegurando beneficios para la población local” (CONANP, 2007), tampoco se está cumpliendo, de acuerdo a lo arrojado en el reporte mencionado.

En el parámetro de la *Calidad del Ambiente*, factor clave de la competitividad turística del siglo XXI, también México se encuentra reprobado, ya que de un total de 135 naciones evaluadas³, apenas obtuvo el lugar 122 en el año del 2008, el 121 en el 2009, y el 120 en el 2011 (ver tabla 3). Como podemos observar, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), las secretarías del (medio) ambiente (o desarrollo sustentable) de las entidades federativas, así como las respectivas del ámbito municipal, no salen bien evaluadas en su trabajo de coadyuvar a los objetivos de hacer del turismo “una palanca del desarrollo” nacional, estatal y municipal, como afirman en sus respectivos discursos.

La valoración positiva de México se debe en gran parte a su número de *Sitios Patrimonio Cultural de la Humanidad*, que posicionaron a nuestro país en el lugar 6 en el año 2008 y 2009, y en el 5 en el 2011⁴. El Instituto Nacional de Antropología e Historia se muestra eficiente al garantizar la conservación, protección, difusión y preservación del patrimonio cultural de México.

En el rubro del *Total de especies conocidas*, la calificación otorgada a México es muy positiva, lo que lo posicionó en el lugar 8 en el año 2008 y 2009 y en el 9 en el 2010. La Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad

³ Países evaluados al año 2011. En el año 2007 no se incluyó este rubro en el mencionado reporte.

⁴ El rubro de *Sitios Patrimonio Cultural de la Humanidad* no se presentó en el *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo* para el año 2007, razón por la cual, no se desprende su análisis.



(CONABIO) muestra la eficiencia de su desempeño, realizar acciones dirigidas al conocimiento y conservación de la diversidad biológica, así como a la generación de información sobre la misma. Este es un aspecto fundamental de la oferta del turismo de naturaleza, que puede potencializar la competitividad turística de México si se promueve adecuadamente, tanto por la CONABIO como por la SECTUR.

El *Número de Ferias y Exhibiciones*, que empieza a contabilizarse en el *índice* en el año 2008, nuestro país ocupa la posición número 26, tanto en el año mencionado como para el 2009. En el 2011, ascendió dos lugares, pasando al lugar 24.

En *Estadios Deportivos* en el 2008 México ocupó la posición 78; en el 2009 el 81; y, en el 2010 el 83, obteniendo un mal desempeño en su competitividad internacional.

Tabla 2 México y la competitividad de sus recursos humanos, naturales y culturales
(2007-2011)

Rubro	2010-2011	2009	2008	2007
Recursos Culturales y Naturales	13	13	19	49
Recursos Naturales	10	18	25	29
Recursos Culturales	19	20	25	29
Recursos Humanos	73	63	52	50
No. de Sitios Patrimonio Natural	10	10	15	*
Áreas Protegidas	56	67	67	44
Calidad del ambiente natural	120	121	122	*
No. Sitios Patrimonio Cultural	5	6	6	*
Total de Especies Conocidas	9	8	8	*
No. de Ferias y Exhibiciones	24	26	26	*
Estadios deportivos	83	81	78	*

* Nota: Rubros no detallados en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2007.

Fuente: Elaboración propia con cifras del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, 2008, 2009 y 2010.



Es evidente que en términos globales, de acuerdo al índice, México incrementó su competitividad turística internacional. Sin embargo, se aprecia que esto se debió a la mejora que tuvo en la evaluación de sus *Recursos Naturales y Culturales*.

Desde esta perspectiva, se observa que México tiene una importante dotación de recursos que constituyen una ventaja comparativa; que dichos recursos se han incrementado y además están siendo cada vez mejor evaluados con respecto a otros países. Sin embargo, de manera global, esta dotación no permite que México se mantenga en las preferencias mundiales. En el período analizado se aprecia claramente un problema de competitividad del sector turístico, además de una inadecuada gestión de recursos turísticos expresada en la incapacidad de transformar muchas de las ventajas comparativas en competitivas. A pesar de que México cuenta con gran riqueza de recursos, que especialmente en el turismo pueden ser utilizados como atractivos, no ha sido suficiente para repuntar en materia de competitividad.

En los últimos cincuenta años, la actividad económica turística en México ha presentado un crecimiento importante. Se ha diversificado e incrementado la oferta de productos y servicios a costos más accesibles (SECTUR, 2000). Sin embargo, en un contexto de crisis mundial, el sector turístico está previendo una posible tendencia a la baja de los flujos de visitantes.

De acuerdo a la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR, 2007), en México el sector turístico se vio afectado por una reducción en el número de visitantes. El flujo total de turistas disminuyó por diversos factores que se han observado en la franja fronteriza norte, destacando entre muchos, la desaceleración de la economía estadounidense y el clima de inseguridad que se percibe en el país. Las crisis financieras que se han presentado en todo el mundo han generado una pérdida del poder adquisitivo, lo cual impacta al turismo mexicano negativamente; esto provoca que el turista prefiera viajar a aquellos sitios que le son más baratos, por lo el alto nivel de precios se vuelve un factor negativo en la toma de elección de un destino.

En enero del año 2008, el sector turístico mexicano captó ingresos por 1,289 millones de dólares; mientras que para el mismo mes del 2009 la captación descendió



a 1,192 millones de dólares, siendo éste último el registro más bajo de los meses de enero de los últimos 15 años. Estas cifras representan una caída de un 7.5% equivalente a una decremento en la captación de ingresos por 97 millones de dólares de enero del 2009 con respecto al primer mes del 2008. Esto se ve reflejado principalmente en el turismo de internación (Banco de México, 2009).

De acuerdo a la Organización Mundial de Comercio (OMC, 2011), México tuvo una variación positiva en su participación mundial en la recepción de turismo internacional durante el período comprendido entre los años 2000 al 2002, con un incrementando dicha participación del 1.26% al 1.34% del total mundial (ver tabla 4). En cambio, a partir del año 2003, se presentó una tendencia negativa con respecto a dicha participación, misma que cayó del 1.24% en dicho año al 0.9% en el 2009.

Tabla 3 México en la recepción de turismo internacional (2000 – 2009)

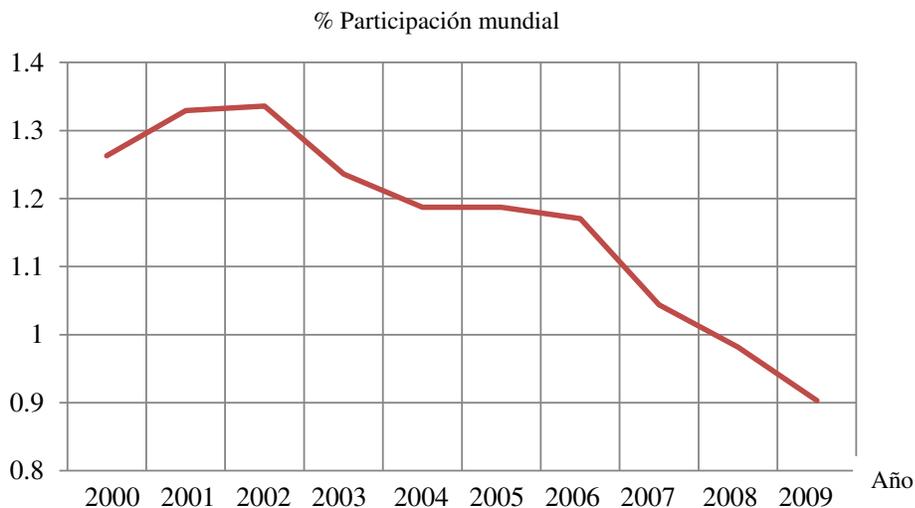
Año	Recepción de turismo internacional (en millones de dólares)	% Participación mundial
2000	5499	1.26
2001	5702	1.33
2002	6060	1.34
2003	6253	1.24
2004	6959	1.19
2005	7600	1.19
2006	8101	1.17
2007	8375	1.04
2008	8525	0.98
2009	7132	0.90

Fuente: Elaboración propia con cifras de la OMC, 2011.

La crisis global actual se refleja claramente en la caída del ingreso total del sector turístico mexicano a nivel internacional, que descendió de 8,525 millones de dólares, en 2008, a 7,132 millones de dólares en 2009 (ver tabla 3 y gráfico 1).



Gráfico 1 Participación de México en la recepción de turismo internacional (2000-2009)



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 1 con cifras de la OMC, 2011.

Algunos destinos turísticos de México que cuentan con una importante dotación de recursos son las Ciudades Coloniales y las Ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad, las cuales concentran ventajas comparativas por su riqueza patrimonial e histórica. Poseen un entorno de abundantes bellezas naturales y una amplia red carretera y de servicios aeroportuarios, que les permite ofrecer productos turísticos diferenciados en los segmentos de cultura, negocios y alternativo. Su mercado de origen es prioritariamente nacional y se complementa con turismo de Estados Unidos y Europa. Estas ciudades ofrecen distintos tipos de turismo, tales como turismo cultural, de negocios y convenciones y alternativo.

De acuerdo a la Organización para Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2011), México es el sexto país a nivel mundial en número de sitios culturales y naturales declarados como Patrimonio Mundial. El primer lugar es ocupado por Italia, seguido de España, China, Francia y Alemania (ver tabla 4).



Tabla 4 Posición mundial de México en la declaratoria de Sitios Patrimonio de la Humanidad (2009)

Posición mundial	País	No. De Sitios Inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial
1	Italia	45
2	España	42
3	China	40
4	Francia	35
5	Alemania	33
6	México	31

Fuente: Elaboración propia con cifras de la UNESCO, 2011.

México es el país de América Latina que cuenta con más ciudades inscritas como bienes patrimoniales culturales en la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2009), seguido en orden descendiente por Estados Unidos, Brasil, Canadá, y Argentina (UNESCO, 2011; ver tabla 5). La cuarta parte de las ciudades en el continente americano se encuentran en nuestro país, que posee 29 sitios declarados Patrimonio: 25 culturales y 4 naturales. Dichas inscripciones han propiciado que nuestro país sea reconocido a nivel internacional, y le han dado prestigio de ser una de las naciones con más sitios y ciudades culturales del mundo (SECTUR, 2009).

Tabla 5 Posición de México en la Lista de Declaratoria de Sitios Patrimonio de la Humanidad en América (2009)

Posición en América	País	No. De Sitios Inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial
1	México	31
2	Estados Unidos	21
3	Brasil	18
4	Canadá	15
5	Argentina	8

Fuente: Elaboración propia con cifras de la UNESCO, 2011.



Las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad tienen el potencial de posicionarse en los mercados meta como multidestinos de nuestra nación (SECTUR, 2008), debido a las ventajas comparativas que integran su riqueza cultural; sin embargo, su inadecuada gestión no permite generar ventajas competitivas que puedan traducirse en un crecimiento turístico.

La Ciudad de Morelia -Ciudad Mexicana Colonial Patrimonio de la Humanidad de México-, fuente de singular riqueza histórica, arquitectónica y cultural de importancia nacional, no ha tenido un incremento importante de su flujo turístico. De acuerdo a la Asociación de Hoteles y Moteles del Estado de Michoacán (AMHM, 2008), para el año 2007 la actividad turística en Michoacán no presentó un incremento importante, en relación a la promoción que se realizó, ya que del 9% de crecimiento que se esperaba en la actividad turística, se registró sólo un 3% a nivel estatal.

La ocupación hotelera en la Ciudad de Morelia presentó variaciones que van de un 52.1% en el año 2000 al 42.9% en el 2010, teniendo un decremento neto del 7.23 % en el período mencionado (ver tabla 7).



Tabla 6 Porcentaje de ocupación hotelera en la Ciudad de Morelia (2000 – 2011)

Año	% de Ocupación
2000	52.13
2001	49.31
2002	45.94
2003	51.51
2004	51.44
2005	51.09
2006	48.94
2007	49.70
2008	45.35
2009	42.78
2010	44.90

Fuente: Elaboración propia con cifras de *Data Tur*, 2011.

Estas cifras no sólo representan un bajo porcentaje de la ocupación de la capacidad instalada de la infraestructura turística hotelera, sino además, considerando la riqueza cultural y arquitectónica de esta ciudad, una inadecuada gestión de sus recursos turísticos.

Otro problema que enfrenta el sector turístico mexicano, es la falta de información científica y sistemática. De acuerdo al *Programa Nacional de Turismo de México 2006-2012* (SECTUR, 2007), la información disponible sobre el desempeño del sector turístico ha sido limitada en su contenido y oportunidad. Esto implica serias debilidades, puesto que el conocimiento es la base para la elaboración de políticas públicas y privadas, así como para fomentar la actividad turística y la optimización de sus recursos turísticos. Se requieren acciones que permitan traducir las ventajas comparativas en ventajas competitivas, a fin de que México y Morelia se consoliden en el mercado turístico nacional e internacional. Por lo anterior, la



información es un elemento primordial que se requiere para promover la competitividad turística.

El problema de esta investigación radica en que México y las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad cuentan con una gran dotación de recursos que constituyen una importante ventaja comparativa; sin embargo, dichas ventajas no logran convertirse en ventajas competitivas por varias razones, principalmente porque los destinos turísticos enfrentan un alto grado de competencia internacional, que se agudiza porque los oferentes de servicios turísticos de nuestro país no tienen suficientes habilidades para gestionar adecuadamente los recursos y por la insuficiente información existente para evaluar, orientar y conducir el desempeño del sector.

La presente investigación está centrada en medir el nivel de competitividad existente en el sector turístico de México a nivel internacional, en relación al diferencial de precios; y de Morelia a nivel local, en función a su dotación de recursos turísticos.

Preguntas de investigación

De acuerdo al contexto anterior, se vuelve relevante el considerar responder a las siguientes preguntas de investigación:

Pregunta general:

- ¿Cuál es la competitividad y el posicionamiento del sector turístico de México con respecto a sus principales competidores a nivel internacional, en relación al diferencial de precios; y de la ciudad de Morelia con respecto a las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, en función de su dotación de recursos turísticos?

Preguntas específicas:

- ¿Cuál es la competitividad del sector turístico en México con relación a sus principales competidores a nivel internacional en función del diferencial de precios relativos?



- ¿Cuál es la competitividad del sector turismo de la ciudad de Morelia con respecto a las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad en relación a su dotación de recursos?

Hipótesis

Las hipótesis que pretenden contestar las preguntas planteadas son las siguientes:

- El sector turístico de México y de la ciudad de Morelia posee una importante dotación de recursos turísticos, pero ésta no se ve reflejada en una elevada competitividad.
- A nivel internacional, México posee una ventaja comparativa respecto a sus principales competidores en función de su diferencial de precios relativos.
- A nivel local, Morelia posee una ventaja comparativa respecto a las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad en relación a su dotación de recursos.

Objetivos

Los objetivos de la investigación son los siguientes:

Objetivo general:

- Determinar la competitividad y el posicionamiento del sector turístico de México con respecto a sus principales competidores a nivel internacional en relación al diferencial de precios, y de la ciudad de Morelia con respecto a las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad en función de su dotación de recursos turísticos.

Objetivos específicos:

1. Determinar el nivel de competitividad del sector turístico en México con respecto a sus principales competidores a nivel internacional, en función del diferencial de precios relativos.



2. Determinar el nivel de competitividad del sector turismo de la ciudad de Morelia con respecto a las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, en relación a su dotación de recursos.

Justificación

El turismo es uno de los sectores de mayor aportación social y económica en México. Es un motor de desarrollo regional; estimula el crecimiento, fomenta la inversión y constituye un gran soporte para el desarrollo de múltiples actividades (Serrato, *et. al.*, 2010).

En el último medio siglo el turismo ha cobrado relevante importancia: se ha convertido en una de las actividades económicas más dinámicas, por su generación de gran cantidad de empleos y su contribución al desarrollo de otras actividades económicas complementarias.

México ocupa el sexto lugar en el mundo en número de Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Las naciones que cuentan con este tipo de ciudades duplican y triplican el número de visitantes, así como los ingresos por turismo; sin embargo, nuestro país es la excepción. Esto implica que su potencial turístico y las ventajas comparativas que posee no están siendo aprovechadas integralmente, ya que no han permitido posicionarlo como un líder turístico internacional (SECTUR, 2009).

Los oferentes de servicios turísticos, tanto de México como de la ciudad de Morelia (Ciudad Mexicana Patrimonio de la Humanidad), no tienen suficientes habilidades para gestionar adecuadamente sus recursos; deficiencia que se agudiza ante la insuficiente información que existe para evaluar y orientar la actividad turística. Esto los enfrenta a serias dificultades para convertir sus ventajas comparativas en competitivas.

La competencia turística a nivel internacional se ha incrementado en los últimos años, en gran parte como consecuencia de la globalización. La medición tradicional del turismo no ha tenido en cuenta la interdependencia económica de todos los países y la reducción de barreras políticas y económicas entre ellos; los



marcos conceptuales no ha evolucionado de acuerdo a los cambios de la naturaleza y de la significación del turismo a nivel mundial y su potencial de crecimiento futuro (OMT, 1995). Esto evidencia la necesidad de generar información científica que permita posicionar a nuestro país en el mercado internacional, mediante la creación de estrategias enfocadas a la gestión y conversión de ventajas comparativas en competitivas.

De acuerdo al *Plan Nacional de Desarrollo 2007–2012*, emitido por el Gobierno Federal de México, existe evidencia empírica a nivel internacional que demuestra la necesidad de fortalecer la planeación, investigación y asistencia estadística para desarrollar el sector turístico de manera sustentable e incrementar su competitividad. Se establece como meta nacional elevar la competitividad de los destinos turísticos; aumentar la atractividad de la oferta turística de México; evaluar permanentemente los resultados de las políticas públicas; fortalecer los sistemas de investigación e información del sector; y, mejorar la posición competitiva del turismo mexicano a nivel mundial.

La evaluación del turismo en la actualidad, es la fase más importante para establecer estrategias que permitan un desarrollo en el sector (Acerenza, 2006). La información es requisito fundamental para promover la competitividad (Serrato, *et. al.*, 2009); es por ello que se requieren estudios que aporten conocimiento sobre el desempeño del sector turístico y las tendencias de turismo nacional e internacional. Tales estudios deben enfocarse en la medición de la actividad turística, en la detección de las disfuncionalidades existentes y en la identificación de indicadores de evaluación de la eficiencia sectorial y gubernamental. Es preciso desarrollar estadísticas y sistemas de evaluación turística, para lo cual se requiere crear y aplicar indicadores que permitan valorar el desempeño público y la medición de su eficacia y eficiencia de manera automatizada (López, *et. al.*, 2007).

De acuerdo a la SECTUR (2010), es necesario que los investigadores apoyen al sector turístico para identificar propuestas y soluciones que conduzcan al turismo mexicano al logro de sus objetivos, además de la integración de todos los actores



involucrados en la actividad turística en una misma agenda de trabajo que se enfoque, principalmente, a incrementar la competitividad.

El estudio de los componentes de la competitividad se convierte en una herramienta esencial para potencializar el crecimiento del sector turístico; es útil para formular políticas y estrategias que permitan mejorar el desempeño y promuevan el desarrollo turístico del país. La medición de la competitividad del sector turístico mexicano y su comparación con respecto a sus competidores proporciona lineamientos que permiten mejorar la capacidad de atracción de turistas.

Esta investigación se justifica por la necesidad de la elaboración de estudios científicos y sistemáticos a nivel nacional y local, que permitan generar información para orientar las políticas públicas hacia la gestión y conversión de la dotación de recursos de México y de Morelia en ventajas competitivas, en el contexto internacional y en el de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, respectivamente.

La utilidad de esta investigación radica en tres aspectos principales. En primer lugar, funge como instrumento de análisis y evaluación de la competitividad turística de México y de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad. En segundo lugar, sirve como instrumento para la toma de decisiones, puesto que identifica las fortalezas y ventajas comparativas; plantea estrategias para utilizarlas como factores de atracción turística, para optimizar su uso y gestión; además, enfoca acciones preventivas y correctivas ante las amenazas y debilidades. En tercer lugar, es útil como instrumento de información, al proponer un modelo teórico–metodológico para la construcción de índices de competitividad turística, los cuales podrían utilizarse como sustento de futuras labores de investigación y para estudios comparativos transversales (ciudad con ciudad) y longitudinales (una ciudad en el tiempo). Por tanto, este estudio constituye una herramienta para incrementar la competitividad y consolidar el sector turístico de la ciudad de Morelia y de México en el mercado nacional e internacional.

Otra razón que justifica esta investigación es que no existen estudios para medir la competitividad turística de la dotación de recursos de México. A nivel



internacional, el reporte existente para medir la competitividad es el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, que constituye el reporte más completo a nivel internacional en su tipo, debido a que en su análisis contempla una gran cantidad de economías y de dimensiones e indicadores, los cuales se determinan en el ámbito económico, social, humano y ambiental. Sin embargo, no considera su análisis bajo un enfoque sistémico, puesto que elementos microeconómicos, tales como la estructura organizacional y las habilidades empresariales no son considerados como factores incidentes en la competitividad internacional. Además, en dicho reporte se reconocen las restricciones existentes en cualquier investigación, respecto a la disponibilidad de datos, por lo que las dimensiones se limitan únicamente al uso de los indicadores que tienen información registrada.

La diferencia de este estudio con otros similares realizados radica en que, mientras que éstos miden la competitividad como una medida de los factores que hacen atractivo el realizar inversiones o implementar negocios en el sector turístico, en este estudio se mide la competitividad en base a la atraktividad de los recursos turísticos de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad como destino turístico.

Alcances y limitaciones

En esta investigación se propone el uso de un modelo teórico–metodológico, en virtud de que no existe alguna metodología que en la realidad pueda ser aplicable a la medición de la competitividad turística. Cabe mencionar que los modelos de competitividad turística existentes (Porter, 1990; Ritchie y Crouch, 2000, Dwyer y Kim, 2001, 2003), si bien proporcionan elementos importantes para el análisis y creación de competitividad, tiene limitaciones prácticas por la imposibilidad de su aplicación en términos económicos, temporales y espaciales; por la falta de información disponible para todos los destinos turísticos y por la poca homogeneización en la información manejada, lo que no permite la comparación en términos de los indicadores precisados en los modelos anteriores. Para los fines de esta investigación, se toman algunos elementos del modelo de Acerenza (2009), y se



proponen otros para conformar un modelo de autoría propia, el cual es validado estadísticamente para fundamentar su capacidad explicativa en el problema.

Uno de los alcances de esta investigación, es que se toma como criterio de análisis, dentro de los recursos turísticos, los recursos culturales, debido a que las ciudades objeto de estudio, por sus características propias, tienen en su oferta turística principalmente el turismo cultural; aspecto que no es diferenciado en otras investigaciones turísticas.

En esta investigación, se hace un análisis internacional de México y sus principales competidores en términos diacrónicos, tomando el período que va del año 2006 al 2008. Para el nivel local de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad, se realiza un análisis sincrónico, basado en el año 2009, en virtud de que no hay datos históricos que permitan un análisis diacrónico del fenómeno a dicho nivel.

Una de las limitaciones que presenta esta investigación a nivel internacional consiste en que el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* se construye específicamente en función del diferencial de precios, dejando fuera de análisis cualquier otro determinante de la competitividad internacional, debido a que las limitaciones económicas, temporales, espaciales y de información disponible requeridas para realizar un estudio de esta magnitud.

A nivel local, la competitividad turística se mide mediante un estudio de opinión, realizado para estudiar su interacción con la dotación de recursos turísticos, el cual se aplica en un punto específico del tiempo. No existe información histórica que mida estas variables, ni estudios que antecedan a esta investigación, por lo que la falta de información es una limitante para hacer un análisis diacrónico.

El modelo propuesto se enfoca al análisis de la competitividad únicamente desde el punto de vista de la oferta turística, ya que se considera que su adecuada gestión genera competitividad, lo cual trae como consecuencia un flujo turístico. Se consideran como elementos de la oferta aquellos atributos que proporcionan



atractividad a los destinos turísticos, mismos que poseen las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad.

Otra limitante que se encontró en este estudio es que la muestra en estudio (el cual se define en el apartado posterior), contempla el padrón oficial de agentes turísticos registrados ante la Secretaría de Turismo Federal y a las Oficinas de Convenciones y Visitantes de cada una de las ciudades en estudio; sin embargo, puede existir algún error de omisión en el caso de agentes no registrados ante tales instancias.

Teoría y método

Esta investigación hace una exposición teórico – conceptual sobre las Teorías de Comercio Internacional. En primer lugar, se aborda la teoría de la *Ventaja Comparativa* de David Ricardo (1818). Dicha teoría parte del supuesto de que todo país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que puede producir a un costo relativamente bajo. En segundo lugar, se analiza la teoría de la *Dotación Factorial* de Hecksher–Ohlin (1968), cuyo teorema principal se basa en que la especialización de los países para la producción de aquellos bienes en los cuales utilice los recursos en los cuales esté mejor dotado, lo que le originará una ventaja comparativa.

Se analizan diferentes enfoques teóricos y referenciales sobre la *Competitividad* y la *Competitividad turística*, que se basan en la existencia de ventajas comparativas y competitivas, las cuales determinan las habilidades de un destino de usar de manera efectiva sus recursos para atraer e incrementar el flujo turístico. Se hace una exposición de los teoremas centrales de los modelos de Michael Porter (1990); de Ritchie y Crouch (2000); de Kim (2001); de Dwyer y Kim (2003); y, de Acerenza (2009).

Esta investigación aplica el método científico, ya que es “sistemática, controlada, empírica y crítica, de proposiciones hipotéticas sobre las supuestas relaciones que existen entre fenómenos” (Kerlinger, 1986); en este caso, entre la



dotación de recursos y la competitividad turística. La postura filosófica adoptada es la del “realismo científico”, la cual: “alienta la construcción de teorías capaces de explicar datos empíricos, así como la búsqueda de éstos a la luz de las teorías [...]. Subraya la naturaleza constructiva de las ideas, en particular los conceptos, problemas y reglas” (Bunge, 1999). Sigue el método hipotético–deductivo, pues establece conjeturas que sujeta a un conjunto de procedimientos escrutables, con el objeto de generar conocimiento objetivo, que pueda justificarse tanto teórica como empíricamente. Es de tipo comparativo y descriptivo; compara la competitividad del sector turístico en México con sus principales competidores y en la ciudad de Morelia respecto a las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad. Tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo: recolecta información para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis para establecer patrones de comportamiento (Hernández, *et al*, 2003). Finalmente este estudio aporta una propuesta metodológica de medición de la competitividad turística multicriterial basada en la dotación factorial de recursos turísticos.

Se describen, analizan e interpretan los rasgos relevantes acerca de la situación actual del sector turístico y su problemática de estudio. A partir del análisis de las generalidades teóricas implicadas, se deducen consecuencias observacionales para confrontarlas con los hechos, para lo cual se cuantifican y se comparan índices de competitividad. Se determinan y se describen la incidencia y el grado de relación o asociación existente entre las variables utilizadas a nivel nacional en un tiempo único, primero al medir las variables, y después al someterlas a pruebas de hipótesis correlacionales y técnicas estadísticas para estimar la correlación.

Niveles de Análisis Territorial del Turismo

El ámbito territorial que delimita el área de estudio contempla dos escalas: local e internacional. Para cada uno de estos niveles, se contemplan distintas unidades de observación (ver tabla 7):

- a) **Escala local.** Las unidades de observación comprenden las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad (Guanajuato, Morelia, Puebla,



Querétaro y Zacatecas), las cuales compiten entre sí por el mismo tipo de turistas, ya que, debido a que poseen una dotación de recursos y características similares, ofrecen un turismo cultural.

- b) **Escala internacional.** Las unidades de observación comprenden tres estados-nación y una región: México, Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea; los cuales compiten entre sí por un determinado número de turistas internacionales, debido a que tienen entre sus destinos preferidos dichas unidades.

Análisis Temporal.

Por cuestiones de disponibilidad de información, el espacio temporal que ubica este análisis a nivel internacional corresponde al período 2006-2008; y el análisis local al 2009.

Métodos y Unidades de Registro Espacio – Temporales

Tabla 7 Métodos y Unidades de Registro Espacio-Temporales

Niveles de Análisis Territorial del Turismo	Escala Internacional: México <i>versus</i> Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea
	Escala Nacional: Ciudades Mexicanas Coloniales Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato, Morelia, Puebla, Querétaro y Zacatecas
Análisis Temporal	Escala Internacional: 2006-2008 Escala Nacional: 2009
Método de Análisis	Método Hipotético – Deductivo Método Comparativo Cuantitativo y Cualitativo

Fuente: Elaboración propia.



Determinación de variables

En esta investigación la dotación factorial o dotación de recursos es la variable determinante de la competitividad internacional. La investigación de Ferranti (*et. al.*, 2002), publicada por el Banco Mundial, concluye que: “altas dotaciones de recursos naturales, combinadas con una adecuada estrategia y la adopción de nuevas tecnologías más productivas, constituyen una receta probada de crecimiento”. La dotación factorial del sector turístico comprende los recursos turísticos que posee un destino para la atracción de turistas, como elementos determinantes en la elección de viaje (Acerenza, 2009).

Existen destinos que poseen recursos altamente valorados a niveles mundiales y reconocidos por instituciones internacionales, los cuales les permiten atraer e incrementar su flujo turístico.

Se considera como recurso turístico a aquel que se encuentre vinculado a la motivación de un potencial consumidor y a su satisfacción de necesidades y que, por tanto, incentive el desplazamiento turístico (Leno, 1993). Existen recursos culturales, naturales, económicos, sociales, arquitectónicos y humanos, entre otros, que pueden determinar la capacidad y habilidad de un destino de atraer visitantes.

Para efectos de esta investigación, la dotación de recursos turísticos comprende el conjunto de elementos de tipo económico, cultural, natural, social, arquitectónico y cualquier otro que posea un destino y que sea utilizado como fuente de atracción turística.

En esta investigación se establece como variable dependiente la competitividad turística y como variable independiente la dotación de recursos turísticos, la cual, a su vez, incluye nueve sub-variables o dimensiones.

Las sub-variables se establecen como diferentes dimensiones derivadas de los distintos tipos de recursos existentes. "Una dimensión es un elemento integrante de una variable compleja, que resulta de un análisis o descomposición" (Arias, 2004). Las dimensiones o sub-variables que propone este estudio son nueve: 1) *Infraestructura*; 2) *Hospedaje y alojamiento*; 3) *Gastronomía*; 4) *Atracciones*



turísticas; 5) Transporte; 6) Servicios; 7) Estado de conservación; 8) Seguridad; y, 9) Nivel de precios.

En virtud de las limitaciones ya expuestas de esta investigación, para el análisis comparativo internacional de la competitividad de México *versus* sus principales competidores, se toma únicamente la sub-variable *nivel de precios*; mientras que para el análisis local de la ciudad de Morelia *versus* las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, se consideran todas las dimensiones propuestas (ver tabla 8).

El análisis internacional se basa en el teorema de David Ricardo (1818), que afirma: “los países deben especializarse en producir aquellos bienes que tienen un costo relativo menor al costo existente en otro país”. Esto permite fundamentar que el costo constituye un elemento que puede atraer consumidores en cualquier sector económico, incluyendo el turístico. De acuerdo a Crouch (1999), el diferencial de precios es un determinante para la elección de un destino turístico.

Tabla 8 Sub-variables (dimensiones) de la dotación de recursos turísticos empleadas en el análisis de competitividad internacional y local

Sub-variables	Análisis local	Análisis internacional
Infraestructura	x	
Hospedaje y alojamiento	x	
Gastronomía	x	
Atracciones turísticas	x	
Transporte	x	
Servicios	x	
Conservación	x	
Seguridad	x	
Nivel de precios	x	x

Fuente: Elaboración propia.



Metodologías

Esta investigación integra el uso de dos metodologías, empleadas para analizar las escalas temporales internacional y local. Estas metodologías establecen los pasos mediante los cuales es posible lograr los objetivos de esta investigación; se pretende determinar las relaciones existentes entre las variables y medir la importancia relativa y la ponderación de las sub-variables o dimensiones, así como de los indicadores que afectan la competitividad del sector turístico.

Las metodologías que comprende este estudio son dos: la aplicada para el análisis internacional y la utilizada para el nivel local.

Para el análisis a nivel internacional, en primer lugar se hace un análisis de cifras y aspectos que permiten denotar la posición actual del sector en la competitividad internacional, además de los indicadores macroeconómicos del mismo a nivel nacional, lo que permite generar una perspectiva general del turismo en México, el cual se detalla a manera de diagnóstico en el capítulo II. En segundo lugar, se realiza un estudio longitudinal para comparar la competitividad del sector turístico en México con sus principales competidores a nivel internacional en función de su diferencial de precios. Para realizar dicha comparación, se construyó un *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* a partir de la metodología aplicada en el *Programa de Comparaciones Internacionales* del Banco Mundial y en diferentes estudios (Dwyer, *et. al*, 1999, 2000a, 2000b, 2001; FMI, 2005).

Para el análisis de la competitividad turística a nivel local, en primer lugar, se expone una investigación documental de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad. Se describen aspectos geográficos y demográficos, así como sus principales recursos turísticos y sus criterios de designación como Patrimonio de la Humanidad. En segundo lugar, se realiza un análisis sincrónico para comparar la competitividad del sector turístico de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad en el año 2009. Para realizar dicha



comparación, se construyó un *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad*, con el uso de una metodología propia que se desprende de la revisión de la literatura y del modelo propuesto de competitividad turística.

Las metodologías que se utilizan tanto para el análisis internacional como local de la competitividad turística se desarrollan más ampliamente en la segunda sección del siguiente apartado: el marco teórico-metodológico.



I. MARCO TEORICO Y METODOLOGICO

Los fundamentos teórico–conceptuales que se contemplan en esta investigación se desprenden de varias teorías del comercio internacional. Particularmente se aborda la teoría de la *Ventaja Comparativa* de David Ricardo (1818); la de las *Dotaciones Factoriales* de Heckscher-Ohlin (1919); la de la *Competitividad* en general, y la de la *Competitividad Turística* en particular, desde la perspectiva de varios autores.

Teorías de Comercio Internacional

Desde la antigüedad, el hombre ha buscado alcanzar un estado de bienestar y prosperidad. Para motivar el progreso humano, el intercambio de bienes y servicios entre distintas sociedades ha formado parte de las estrategias utilizadas. Al surgir el capitalismo, el comercio se convierte en el entorno principal sobre el cual giran importantes estudios, referentes a los beneficios generados por su práctica. Entonces comienzan a desarrollarse las investigaciones económicas que centran sus estudios con base en la premisa de que todos los países podrían beneficiarse del intercambio comercial. Así surgen las teorías de comercio internacional, que afirman que su aplicación es una garantía para incrementar el bienestar de un país; éste ha constituido un argumento esencial en el análisis económico en las últimas décadas.

En la actualidad, el comercio internacional es una práctica realizada de manera intensiva por las naciones, y es visto como una oportunidad para incrementar el desarrollo en países con bajo crecimiento económico.

De acuerdo a Villalobos (2006), el comercio internacional se define como “el simple intercambio de mercancías, incluye la compraventa de los bienes y servicios, los movimientos de capital y población (fuerza de trabajo)”. En términos generales, se entiende como la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de éstos a otras naciones. Entre sus fundamentos más importantes destacan: a) abastecer de satisfactores al menor costo; b) orientar los objetivos de la política comercial; c)



conducir racionalmente el intercambio en materia de comercio exterior; y, d) escoger la teoría adecuada al nivel de decisión política y derivar de ella la política económica.

De acuerdo a Samuelson y Nordhaus (2006), el comercio internacional beneficia a los países por tres razones principales: a) por las diferencias que tiene cada país para producir distintos bienes y/o servicios, dada su dotación de recursos; b) por las diferencias en gustos; y, c) por las diferencias en costos.

Si tanto las naciones como los individuos son diferentes, tales diferencias pueden favorecerles, puesto que cada quien se dedicará a producir aquellos bienes que “saben hacer relativamente bien”. Así los países producen sólo una gama limitada de bienes, y esto les permite conseguir economías a escala. Los bienes producidos son intercambiados por otros deseados, lo cual amplía las posibilidades de consumo de un país y deriva las ganancias del comercio. Dichos beneficios explican la interacción reflejada en los patrones de comercio internacional (Krugman, *et. al.*, 2003).

A lo largo de la historia se han desarrollado varias teorías de comercio internacional, las cuales tratan de explicar la manera en la cual los países pueden incrementar sus beneficios con esta práctica.

La primera teoría que es aplicada para analizar el comercio y la competitividad de los países es la teoría clásica, que surge a partir del año de 1776.

La teoría clásica comprende la *Teoría de la Ventaja Absoluta* de Adam Smith, de la *Ventaja Comparativa* de David Ricardo, y de la *Relación de Cambio* de John Stuart Mill. Trata de explicar lo referente a los patrones de comercio internacional entre países y su especialización en la producción, y considera, en sus puntos más relevantes los siguientes: a) argumentar mayores ventajas a menor costo, sobre todo a los países más desarrollados a costa de los menos desarrollados; b) limitarlas actividades del Estado; c) regular el comercio por la ley de la oferta y la demanda; d) centrar su atención en el análisis del mercado; f) defender la industrialización, la asignación y optimización de recursos, el libre comercio e intercambio; g) otorgar mayores ventajas a los países más desarrollados a costa de



los menos desarrollados; y, h) suministrar productos a menor costo (Villalobos, 2006).

Posteriormente, del año de 1870 hasta 1936, surge y se consolida la escuela neoclásica, cuyo paradigma está basado en su análisis del equilibrio parcial con un enfoque marginalista y adoptando los demás supuestos fundamentales de los clásicos (Villalobos, 2006). Las ideas principales de esta escuela son las siguientes: a) optimización de los factores productivos con base en la libre competencia; b) considera la demanda como factor de importación; c) principio de la ventaja comparativa con costo relativo; d) distribución del ingreso según la productividad marginal de los factores productivos; e) vinculación de oferta–demanda para determinación del precio; f) libre competencia empresarial y libre elección de los consumidores (*idem.*).

Para los fines de esta investigación, de la teoría clásica se contempla únicamente el análisis de la teoría de la *Ventaja Comparativa* (David Ricardo, 1818); de la teoría neoclásica se analizan las *Dotaciones Factoriales* (Heckscher-Ohlin, 1919); de la *Competitividad* (Porter, 1990; Esser, *et. al.*, 1996); y de la *Competitividad Turística* (Acerenza, 2009; Ritchie y Crouch, 2000; Kim, 2001; Dwyer y Kim, 2003), pues se considera que dichos fundamentos teóricos serán los que servirán de base en esta investigación.

Teoría de la Ventaja Comparativa

Uno de sus principales exponentes de las teorías de comercio internacional, es David Ricardo, quien formula su teoría sobre las ventajas comparativas, en la que demostró que la especialización internacional beneficia a un país.

El principio de la ventaja comparativa de David Ricardo (1818) establece que: “para todo país será rentable que se especialice en la producción y exportación de aquellos bienes que él puede producir a un costo relativamente bajo, y obtendrá beneficios de importar aquellos bienes que produzca a un costo relativamente alto.



Todo país obtendrá beneficios sí importa aquellos bienes que produce a un costo relativamente alto”.

De acuerdo a esta teoría, la producción de un país está determinada por la ventaja comparativa. Dicha ventaja se basa en las diferencias de la productividad del trabajo entre las naciones que, en muchas ocasiones, puede determinarse por su entorno o “clima”, el cual puede favorecer a ciertos sectores. Por esta causa enfatiza la importancia de que cada país produzca aquellos artículos que puede producir, ya sea por su clima, su situación y sus demás ventajas naturales o artificiales, y los intercambie por los productos de otras naciones. De esta forma cada país exportará aquel bien en el cual es más competitivo (Porter, 1990).

David Ricardo retoma algunos elementos del concepto de especialización del trabajo de Adam Smith, como base el progreso económico de las naciones, y los analiza en diversos ámbitos del mercado de intercambios, para tratar de explicar cómo debía operar el funcionamiento de la estructura económica.

La teoría de la *Ventaja Comparativa* establece un modelo explicativo del comercio, de las causas y las ventajas del intercambio comercial entre las naciones. Identifica los factores que determinan el que unos países se especialicen y sean más competitivos que otros en la producción de determinadas mercancías.

De acuerdo a Torres (2007), los países pueden presentar las siguientes situaciones, que explican los intercambios comerciales entre los mismos:

En primer lugar, se pueden presentar diferencias absolutas de costo. Esto es, cuando un país A tiene ventaja absoluta en los costos de producción de una determinada mercancía sobre B, mientras que B tiene ventaja absoluta sobre A en la producción de otra. Si los países, en función del principio de la división internacional del trabajo, se especializan en la producción de aquellas mercancías en las que tienen ventajas absolutas de costos, la producción global será mayor (*ventaja absoluta*).

En segundo lugar, pueden presentarse costos comparativos o relativos. Cuando un país produce diferentes mercancías, la ventaja en el costo de cada producto es diferente. Conviene que los países se especialicen sólo en la producción



de aquellos productos específicos que tengan un menor costo. Es decir, sugiere que, el país A, que produce a menores costos, se dedique a producir aquel producto en el que obtiene una mayor ventaja -menor costo-, mientras que el país B se deberá especializar en otro producto. Este supuesto explica la especialización y competitividad de determinados países en diferentes sectores productivos (*ventaja comparativa*).

En tercer lugar, existe la *ventaja incomparable*. Esta se origina cuando ciertos países producen mercancías que no son producidas por otros, debido a que no todos tienen recursos suficientes para producir determinados artículos, recurriendo al comercio internacional para superar esta auto-insuficiencia.

Por último, pueden existir dos países que tengan los mismos costos para producir un bien. Esto es, que un país logre producir las dos mercancías más baratas y en la misma proporción que otro. En este caso no se produce ninguna relación de intercambio entre dichos países.

Un país debe dedicarse a la producción y exportación de aquellos bienes cuyo costo relativo respecto a distintos bienes de un país es menor que al costo relativo existente en otro país. Cuando un país es más competitivo por tener una ventaja absoluta sobre determinado producto, debería vender aquellos productos que tienen una ventaja comparativa sobre otros países, de manera que los consumidores de los países puedan acceder a una mayor cantidad de productos. En caso contrario, aun cuando una nación sea menos competitiva que otra por tener una desventaja absoluta en la producción de mercancías, aun puede beneficiarse comercialmente de manera recíproca, siempre y cuando la desventaja absoluta que la primera nación tiene respecto a la segunda nación no sea en la misma proporción en ambas mercancías. De esta forma, esta teoría predice que hay ganancias provenientes del comercio por la mayor producción en el bien en el que un país tiene una ventaja comparativa y al reducir la producción del otro bien. Al exportar el bien en el que tiene ventaja comparativa un país puede aumentar el consumo de ambos bienes (Salvatore, 1999).

David Ricardo desarrolla la ventaja comparativa como la ventaja existente entre dos sectores económicos distintos situados países diferentes -ventaja



competitiva intersectorial-, diferencia existente entre países a la hora de producir diferentes mercancías (Flores, 2008).

De acuerdo a Krugman (*et. al.*, 2003), el comercio internacional sigue el patrón sugerido por la ventaja comparativa, que beneficia a todos los países. La distribución de las ganancias del comercio internacional se determina por los precios relativos de los bienes que un país produce.

La ventaja comparativa analiza los costos de los factores de producción, y de manera especial, el trabajo (*idem.*). El modelo de David Ricardo se basa en los siguientes supuestos: a) existen solamente dos países y dos productos; b) se cumple la teoría del valor-trabajo, en donde el precio de una mercancía se determina por la cantidad de horas de trabajo que se hallan requerido para su fabricación; el trabajo es el único valor productivo de este modelo, se supone completamente inmóvil en el interior del país, pero móvil entre países; c) los costos unitarios son constantes; y, d) no existen costos de transporte ni ningún tipo de trabas al comercio internacional (Bajo, 1991).

Otros de sus postulados afirman que la producción potencial mundial es mayor en un sistema de libre mercado, sin restricciones comerciales, de competencia perfecta, en donde los costos unitarios son constantes, y los consumidores de todas las naciones pueden acceder a una mayor cantidad de productos, por lo que excluye el análisis de la relación de los precios a los que se intercambian las mercancías internacionalmente (Torres, 2007).

A pesar de las enriquecedoras aportaciones de David Ricardo al desarrollo de teorías subsecuentes de comercio internacional, varios de sus postulados son objeto de numerosas críticas, principalmente porque han quedado fuera del entorno actual del comercio internacional.

Una debilidad de esta teoría, es que excluye de análisis las diferencias de precios existentes en los recursos de las naciones y del poder adquisitivo de sus habitantes. En la antigüedad los intercambios de mercancías se realizaban en oro, por lo que el valor del dinero era diferente para los distintos países. Con el surgimiento



del sistema monetario internacional y la fijación de distintos tipos de cambio, dicha diferencia de valor se acentúa entre las naciones, lo cual influye de manera directa en las ventajas comparativas de una nación.

Tampoco es verdadera la existencia de una competencia perfecta, dada la presencia de monopolios y oligopolios en el mundo, que determinan en muchos casos las operaciones realizadas y la fijación arbitraria de precios. El poder de esta categoría empresarial permite manipular en cierto grado el mercado, e inclusive, la información obtenida por las naciones, las empresas y los individuos. Esto genera marcadas restricciones comerciales, privilegios y favoritismos que operan en el mundo actual. Además se observan políticas proteccionistas y barreras al comercio, tales como costos por aranceles y costos de transporte. Desde esta perspectiva, puede observarse que no todas las naciones tienen las mismas habilidades, capacidades, y oportunidades para producir, gestionar y comercializar sus bienes, lo que provoca una diferencia en la eficiencia con la que los países utilizan sus recursos, lo cual, bien podría implicar efectos negativos del comercio internacional para algunos países.

Si bien, se supone que las ventajas se basan en adquirir en aquellos mercados en donde el costo sea menor y vender en aquellos donde la ganancia sea mayor, la realidad muestra que hay desigualdades en el nivel de vida de cada país, que los distintos tipos de mercados no son homogéneos entre sí, y que aplican barreras, costos comerciales y procesos de producción distintos, lo que provoca oportunidades en el mercado en condiciones de inequidad e inclusive de desigualdad económica y tecnológica, condiciones que no plantea David Ricardo.

En realidad los países sí tienen restricciones comerciales, por lo que no tienen un mercado perfectamente competitivo, el cual es susceptible a impactos internos y externos, tales como fallas en el mercado, crisis económicas e inseguridad, por lo que en estas condiciones no puede asegurarse que aplique esta teoría. Por ejemplo, si un país, tiene un grado importante de recursos y de especialización, y efectivamente obtiene un costo menor al de otros países, no necesariamente tendrá una ventaja comparativa si el mercado en el que compite se desarrolla en un entorno de



inseguridad. En muchas naciones, la seguridad no está plenamente garantizada por el Estado, aspecto que impacta de manera negativa sus ventajas, pues el costo asociado a la producción es un costo externo que nada tiene que ver con la especialización y los recursos, y que sí constituye una restricción comercial.

Bajo un esquema de libre comercio, los países desplazan su producción hacia las áreas en donde se presenta la ventaja comparativa, de manera que éstos les permite incrementar sus ingresos y obtener un estado de mayor bienestar. Las personas pueden acceder a una mayor cantidad de bienes de consumo por la misma cantidad de trabajo cuando se especializan en sus áreas de ventaja comparativa e intercambian su producción por bienes que no producen a costos competitivos (Samuelson, *et. al.*, 2006).

De esta forma, cuando un país logra obtener una especialización sobre la producción de determinado bien, podrá producir a costos relativamente menores que aquellos países que no estén especializados. Si bien la especialización permite optimizar los procesos productivos y bajar costos, debe considerarse que la globalización implica un alto grado de competencia, en la cual existen muchos países especializados que continuamente sostienen una guerra de precios. En este sentido, la oferta y la demanda juegan un papel crucial para el cumplimiento de este supuesto, ya que actualmente muchas empresas recurren a prácticas desleales de comercio, como el *dumping*, en donde se introducen productos en el mercado a precios inferiores al costo de producción, con el objeto de posicionar su producto en otros mercados, de eliminar competidores, o por defensa de mercados amenazados. Esta situación obliga al país anfitrión a bajar su precio para poder competir, lo cual puede provocar tres escenarios: a) una sobreoferta y por tanto una caída en el precio; b) un precio por debajo de los costos de producción; y c) una importación intensiva de dicho bien. Cualquiera de estas situaciones puede conducir, a largo plazo, a un decremento en el grado de especialización, o inclusive, a un abandono de la actividad. Estas circunstancias invalidarían los supuestos del principio de la *ventaja comparativa*. Sin embargo, se presentan como una limitación, a manera de condicionantes de invalidación.



Otro aspecto que Ricardo considera de manera ambigua es la tecnología; su teoría “no explicaba con claridad de dónde surgía dicha ventaja, más allá de una vaga mención a las diferencias tecnológicas entre los países” (Bajo, 1991). Los avances tecnológicos y científicos actuales pueden determinar de manera importante el grado de especialización de un país. Si consideramos en un punto del tiempo, a dos naciones con el mismo nivel de especialización sobre la producción de determinado producto, y por tanto, la misma ventaja comparativa, pero en uno de ellos, gradualmente inicia un proceso, sea de innovación tecnológica o de innovación científica, entonces ello puede propiciar que con el tiempo el país con menos conocimientos o tecnología pierda sus ventajas, y por tanto, su competitividad en el mercado. Lo anterior pudiera provocar el enriquecimiento de algunos países a costa del empobrecimiento o en detrimento de otros. Desde este punto de vista, la ventaja comparativa no depende sólo de la especialización y división del trabajo, sino también del grado de desarrollo tecnológico o científico que permita mejorar los procesos productivos e incrementar la eficiencia del uso de los recursos de un país; de tal forma que aquellos países más desarrollados en estos aspectos serán más competitivos.

Otra restricción comercial es financiamiento, al que no todos los países tienen las mismas oportunidades de acceso. El financiamiento, si es utilizado para realizar una inversión en la planta productiva, entonces se convierte en un elemento más del cual dependerá el costo de producción de una mercancía, y por tanto, la ventaja competitiva de un país. Esto demuestra que los hechos de esta teoría no se basan en la realidad económica actual, y que existen factores externos que determinan la ventaja comparativa de un país.

También es cuestionable el supuesto de que los países obtendrán beneficios de importar aquellos bienes que produzca a un costo relativamente alto. Sin bien es cierto que una de las ventajas del comercio internacional es el acceso a más productos y a un menor precio, éstas son consideraciones a corto y a mediano plazo. El principio no evalúa los efectos que se tienen a largo plazo, sobre todo en los países no desarrollados, en un caso de dependencia comercial importante, en el cual, con el



paso del tiempo, ante una falta de especialización o de recursos para producir determinado bien, se pudiera elevar demasiado el precio, y pudieran entonces no verse beneficiados. De esta forma, una nación dependiente, no necesariamente importa mercancías a un precio menor, debido a que los capitalistas siempre buscan maximizar sus utilidades. Desde este punto de vista, no sólo son importante las consideraciones sobre los perjuicios económicos que se tienen sobre los países dependientes, sino también las implicaciones sociales que pudieran darse en caso de conflictos entre dichos países con sus proveedores, y más aún, cuando la dependencia consista en alimentos o productos de primera necesidad, lo que conduciría a una dependencia y a un empobrecimiento mayor, y sobre todo, a una susceptibilidad importante de supervivencia.

Por los motivos anteriores, los países deben evaluar la conveniencia de dedicarse no sólo a la producción de aquellos productos en los cuales obtengan un precio menor, sino también de preservar y de especializarse en aquellas actividades que satisfagan las necesidades primarias de su población, aún y cuando no se tenga una ventaja comparativa. Esto podría significar la seguridad alimentaria en un país; asegurar su autoabastecimiento de productos como estrategia para disminuir la dependencia.

Si se considera que en el sistema capitalista hay una brecha importante entre pobreza y riqueza, y que la distribución del ingreso no es equitativa, entonces no todas las personas se beneficiarán del comercio, pues su poder adquisitivo no permite acceder a todos los bienes de manera igualitaria. Si la clase trabajadora se ve desplazada de su empleo porque la rama en la que laboran no produce a costos menores que en el exterior, sufre un efecto indirecto provocado por las ventajas comparativas de otros países. Desde este punto de vista, esta teoría no analiza el costo-beneficio social y económico de la población de un país, y considera el beneficio de manera general –global– sin evaluar el costo individual y social, ni el que se genera entre sectores económicos, al romperse los eslabonamientos productivos nacionales previos, ni el desempleo y la crisis fiscal del estado benefactor.



Ricardo (1818) afirma: “Es el deseo que cada capitalista tiene de desviar sus fondos de una colocación menos provechosa a otra más rentable, lo que evita que los precios de mercado de los bienes sigan manteniéndose, durante mucho tiempo, por encima o por debajo de sus precios naturales”. Esta afirmación implica que la ventaja se aplica de acuerdo al afán de lucro del capitalista, y no al beneficio del pueblo, lo cual permite aludir que quien obtendrá mayor utilidad de las ventajas comparativas será la clase dominante, que en el caso de muchos países, son la minoría, y no necesariamente la clase dominada, o al menos, no en la importación de todas las mercancías. Otra crítica a Ricardo es que no enuncia las estrategias que deben llevarse a cabo para mantenerlas ventajas una vez que se tienen.

Sin embargo, a pesar de sus limitaciones, esta teoría es vigente, válida y dominante en la actualidad, y aquellos países que la aplican pueden obtener una mayor ventaja sobre los que hacen caso omiso de ella. Si tratamos de aplicar esta teoría al sector turístico, podemos concluir que, a pesar de las desventajas de dicha teoría, en el caso de los servicios turísticos, éstos pueden ser producidos a un costo relativamente bajo si el territorio geográfico en donde se ofertan les permite gozar de la existencia de diferentes atributos atractivos para el turista. Estas ventajas les permiten competir en costos y obtener una ventaja distintiva, comparativamente con otros países dotados con atributos menores o distintos.

Teoría de las Dotaciones Factoriales

A partir del siglo XIX la teoría del comercio internacional tomó una nueva dirección y surge la escuela neoclásica, llamada también de las *dotaciones factoriales*, la cual explica la especialización internacional de los países y las ventajas comparativas de acuerdo a las dotaciones de factores de producción de cada nación, consideradas como la causa principal de los intercambios internacionales.

Bajo esta teoría, la dotación de recursos se convierte en un elemento primordial en el comercio internacional. Su disponibilidad permite que se produzcan distintos tipos de bienes, los cuales tratarán de satisfacer las preferencias de los



consumidores y permitirá su competitividad en costos, de acuerdo a la capacidad productiva que tenga cada país para producir determinado bien.

Así, la dotación de recursos se convierte en la materia prima disponible para la actividad económica de un país. Si además la nación goza de economías de escala en sus procesos de producción, entonces puede competir en costos en diferentes mercados, obtener las ventajas de la especialización y lograr satisfacer los gustos de los consumidores, al producir una amplia gama de productos que puedan utilizar los recursos disponibles. Cuando las naciones no logran obtener costos competitivos o no poseen suficientes recursos para producir determinado bien, entonces recurren al comercio internacional.

Las aportaciones más importantes para esta escuela fueron de Heckscher-Ohlin. El modelo de dotaciones de recursos de comercio o de dotaciones factoriales, también conocido como modelo Heckscher-Ohlin (H-O), es la piedra angular de la *Teoría del Comercio Internacional*, y se resume en cuatro teoremas: el Teorema de Heckscher-Ohlin, el Teorema de Stolper-Samuelson, el Teorema de Rybczynski y el Teorema de Igualación de los Precios o de Heckscher-Ohlin-Samuelson(H-O-S).

El Teorema de Heckscher-Ohlin expone la composición del comercio internacional y el patrón de especialización de la producción de un país. Se basa en el supuesto de que cada país posee determinada dotación de recursos, lo que determina sus ventajas comparativas. Fundamenta la existencia del comercio en dicha dotación y en el grado de su utilización. Conjuga los principios de las ventajas comparativas y costos relativos entre los países para explicar los movimientos de los intercambios comerciales.

Enfatiza la relación que existe entre las proporciones en la que los factores de producción se encuentran disponibles en distintos países y la proporción en que le son requeridas para producir determinado bien (Krugman, *et. al.*, 2003). Predice que si un país tiene una abundancia relativa de un factor, tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, o sea que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados. Cada bien producido requiere distintos factores



para su producción, y cada país tiene diferente dotación de factores; de acuerdo a esto, una nación tendrá una ventaja comparativa en aquellos bienes que utilizan sus factores abundantes de manera intensiva.

Así, un país exportará aquel bien en el cual utiliza su factor más abundante en términos relativos, e importará aquel bien en el cual tiene como materia prima sus factores más escasos en términos relativos. De esta forma, los países tenderían a especializarse en función de su mejor dotación de factores de producción en unos u otros sectores. Exportarán aquellos bienes para los cuales utiliza intensivamente en su producción los factores que posee en cantidades relativamente más abundantes. Importarán aquellos en los que tienen una desventaja comparativa en la dotación de los mismos y, por lo tanto, son menos competitivos.

Esta teoría parte de los siguientes supuestos (Bajo, 1991):

- a) Existen dos países, con dos bienes (A y B), y dos factores productivos (X y Y) y dos factores productivos (K y L, que representan el capital y el trabajo).
- b) Los bienes son movibles entre los países, pues no existen costos de transporte ni impedimentos al comercio. Los factores productivos también se mueven sin costos entre ambas industrias dentro de cada país, pero son inmóviles entre los países.
- c) Las funciones de producción son las mismas para cada bien en ambos países y se caracterizan por presentar rendimientos constantes a escala. La tecnología es conocida plenamente y se incorpora instantáneamente y sin costos a los procesos productivos.
- d) Se producen bienes con el mismo tipo de tecnología. Los factores productivos (de idéntica calidad en ambos países) y se utilizan en diferente intensidad en la producción de cada bien; además, las intensidades factoriales no son reversibles; es decir, son las mismas para cada bien cualquiera que sea el precio de los factores.
- e) Desde el punto de vista de la demanda, consideran la existencia de un mismo tipo de preferencias entre los consumidores; las preferencias son idénticas, lo que significa que, dados unos mismos precios de los bienes, en ambos países se



consumirán los bienes en las mismas proporciones independientemente del nivel de renta.

- f) Existe competencia perfecta en los mercados de bienes y de factores productivos.

Analizando los supuestos de esta teoría, citados por Bajo (1991), se puede desprender lo siguiente:

Para poder comparar dos países y sus factores de producción se requiere que éstos sean homogéneos. No es posible la comparación de elementos que tienen diferente naturaleza, por lo que, el primer supuesto de esta teoría se convierte en una idea ficticia. En la realidad se observa que la competencia internacional ha obligado a los países a tener tal grado de diversificación y diferenciación en los productos, que existen mercancías que, de acuerdo a sus características específicas y a su tecnología requerida, sólo son producidas por uno o unos pocos países. Esto representa una incongruencia en el supuesto, dado que la comparación sólo puede realizarse en igualdad de condiciones.

Si bien el sistema capitalista afirma ofrecer un contexto de libre mercado, en donde cualquier persona con capacidad económica y productiva puede fabricar mercancías; en la realidad existen barreras comerciales, costos de transporte y otros costos de transacción, tanto en la producción y comercialización como en la movilidad de los bienes a nivel nacional e internacional. Si estos impedimentos *laissez faire, laissez passer* son importantes, como en el caso de México, no cabe la posibilidad de que exista la libre movilidad de los factores productivos. Además, la influencia de monopolios, oligopolios y otras fuerzas económicas y políticas representan otra limitación al libre mercado, por lo que la *competencia perfecta* es un concepto hasta cierto punto quimérico; aquellas actividades en las que se hay una competencia perfecta, son impactados tarde o temprano por los efectos de la globalización, la tecnología y los grandes capitales, los que poco a poco comienzan a hacer presión sobre el mercado, la oferta o los precios a través de actividades de mercadotecnia, con el objeto de atraer clientes, hasta el punto de transformar esta competencia en una imperfecta.



El costo es un elemento determinante que influye no sólo en la competitividad de los países, sino también en su capacidad productiva, puesto que los diferentes poderes adquisitivos determinarán los tipos de inversiones realizados y los tipos de tecnologías adquiridas.

La dotación de recursos no está distribuida geográficamente de manera equitativa, lo que provoca que las naciones tengan diferente grado de productividad y, por tanto, de desarrollo, lo cual les brinda diferentes tipos de posibilidades tecnológicas y científicas. Además, cada país destina diferentes proporciones de su producto interno bruto al desarrollo de la ciencia y la tecnología, otra razón por la cual ningún país puede tener exactamente las mismas condiciones que otro.

La demanda obedece a numerosos factores, tales como el precio, los gustos y preferencias, el ingreso y los hábitos de consumo, entre otros. La demanda internacional obedece, además, a un patrón de consumo generado en numerosas ocasiones por los valores culturales de determinada sociedad. Las preferencias de los consumidores no son idénticas ni parecidas, por lo que existe una oferta tan diversificada y diferenciada que existen productos que se producen por pedido específico, lo que se contrapone a la teoría de Heckscher-Ohlin.

El supuesto de que las funciones de producción pueden tener rendimientos constantes a escala, implica el uso de las fuerzas productivas al máximo de su capacidad; es decir, da por hecho que cada uno de los recursos en la organización es utilizado de manera óptima. Lo cierto es que la capacidad instalada en una empresa no siempre es la capacidad utilizada, ya que los niveles de producción deben adecuarse a los requerimientos de la demanda. La capacidad de producción real obedece, además de la demanda, a los costos variables y a la estacionalidad del producto fabricado, por lo que no se puede considerar este factor como estático, sino más bien como dinámico. En presencia de estas circunstancias, no se generan rendimientos crecientes a escala.

De acuerdo a la *Teoría de la Ventaja Comparativa*, sería posible predecir el patrón geográfico de la especialización y la dirección del comercio en función de la dotación de recursos de cada país. Sin embargo, la realidad muestra que las ventajas



comparativas no siempre son aprovechadas en los mercados internacionales, principalmente porque no logran incrementar la competitividad de una nación. Ruiz (2008) afirma que esta teoría es capaz de predecir el patrón de comercio si las dotaciones factoriales de los países se miden en términos de eficiencia, pero no cuando se miden en términos absolutos.

Linder (1961) considera que el comercio internacional está ligado a ventajas comparativas, las cuales tienen su origen, para el caso de productos primarios, en las diferentes dotaciones factoriales; mientras que para el caso de productos industriales, es la demanda interna del bien de exportación, la que genera la ventaja comparativa. Sólo en el caso en el que un bien presente una fuerte demanda interna, éste será susceptible de ser exportado. Este postulado se contrapone con los supuestos de la *Teoría de las Dotaciones Factoriales*, puesto que existen países con una riqueza importante en recursos naturales y una diversidad de flora y fauna, y sin embargo, no son administrados de manera eficaz; la brecha ocasionada por la distribución inequitativa de la riqueza no permite que todos los habitantes de una nación puedan satisfacer sus necesidades básicas. La pobreza genera una demanda importante de servicios básicos, y en países pobres, la demanda interna no es satisfecha. Desde este punto de vista, la dotación de recursos y factores de producción no generan bienestar social en la población en general. Así, un país puede tener una dotación factorial importante, y ventajas comparativas y competitivas sobre otros países, pero el sistema socioeconómico es una limitante para que esta competitividad se produzca a nivel interno.

La teoría de las *Dotaciones Factoriales* afirma que la causa fundamental del comercio exterior es la diferente dotación de recursos entre los países. Un país A tiene una dotación abundante de ciertos recursos en comparación a la escasez de otros; asimismo, los recursos abundantes del país B son escasos en otros. Esta última explicación, sobre la dotación diferente de factores, se ha constituido en el soporte fundamental del comercio internacional; es así que la mayoría de países explotan sus recursos abundantes ya que la remuneración de los mismos es mayor que la obtenida de los recursos escasos. En consecuencia, el comercio exterior permite utilizar los



recursos abundantes en forma más intensiva (Krugman, *et. al.*, 2003). El principio de la especialización sigue vigente, pero ningún país se especializa completamente en la producción de un sólo bien, sino que se enfoca a la fabricación del conjunto de bienes que obtener con sus recursos abundantes.

Los diferentes precios relativos de los factores explican la diferencia de los costos relativos en la producción de bienes. De acuerdo a Torres (2007), el teorema afirma que: a) la condición determinante del comercio internacional son las diferencias regionales en la oferta de factores; b) la principal razón de la localización se debe a que los factores de producción -tierra, clima, recursos naturales, mano de obra, capital, etc.- están distribuidos en proporciones desiguales; c) cada región usará en mayor proporción sus recursos naturales más abundantes por ser más baratos; d) la diferencia de factores y de precios influyen en la localización de la producción; e) a mediano y largo plazo se debe dar una situación de equilibrio en la balanza comercial de los países, pues cuando en el corto plazo aparece una situación de *déficit* o *superávit* comercial se activa un dispositivo auto corrector que tiende a equilibrar este saldo.

Mientras que la teoría clásica del comercio internacional se basa en la ventaja absoluta y destaca la productividad del trabajo como medio para incrementar la competitividad, la teoría neoclásica destaca las condiciones del entorno, basándose en la ventaja comparativa como elemento de los patrones del comercio internacional (Flores, 2008). Estas condiciones, determinadas en gran parte por la dotación factorial, ocasionan que los costos de producción generen distintos precios relativos entre las naciones, lo cual determina la competitividad de los países en determinados sectores productivos y se asocia a una ventaja comparativa. Las ventajas comparativas de un determinado país son aquellos factores, que son abundantes en el mismo, tales como recursos naturales, situación geográfica, mano de obra, etc. (Viñals, 1993).

Probablemente debido a las limitaciones del modelo de Heckscher-Ohlin, posteriormente el debate fue derivando en modelos menos restrictivos, como el



Teorema de Stolper–Samuelson, el Teorema de Rybczynski y el Teorema de Igualación de los Precios.

Las ganancias del comercio tienen su origen en un cambio de los precios relativos. El teorema de Stolper-Samuelson (1941) afirma que: “cuando el precio relativo del bien, que es trabajo intensivo, sube, el salario real sube y la renta real del capital descende; viceversa, cuando el precio relativo del bien que es capital-intensivo sube, el salario real baja y la renta real del capital sube”.

Si las ganancias del comercio tienen su origen en un cambio de los precios relativos, el teorema de Stolper–Samuelson muestra lo contrario, pues este cambio de los precios relativos tiene un efecto sobre la distribución de la renta, así que no todos los factores de producción se beneficiarán del libre comercio; beneficia al factor abundante y perjudica al factor escaso, ya que la renta del mismo es demasiado alta.

Establece que un incremento en el precio relativo de un bien incrementa la retribución real del factor utilizado intensivamente en la producción de ese bien, y disminuye la retribución real de otro factor. Si se imponen barreras comerciales con una política arancelaria, el precio relativo del factor escaso aumenta, por lo que en un país con abundancia de mano de obra no calificada, los aranceles protegen al capitalista y actúan en detrimento del salario del trabajador (Klaus, 2003). Si bien, por tales motivos, el factor escaso no puede competir en el extranjero y se considera que se beneficiarán las naciones en términos absolutos; a largo plazo este beneficio sólo puede generarse de manera general si hay una redistribución de la riqueza en la población, para que no sean sólo unos cuantos los favorecidos.

El Teorema de Rybczynski (1955) establece que: “cuando la oferta de capital aumenta y el precio relativo no cambia, la producción del bien que es intensivo en capital aumenta, mientras que la producción del bien que es intensivo en trabajo disminuye”. Esta aseveración implica que si la oferta relativa de capital aumenta y los precios relativos no cambian, la producción relativa del bien que es capital-intensivo aumentará.



De esta manera el teorema permite determinar la diferencia en la oferta relativa entre países que difieren en la dotación relativa de recursos. En condiciones de plena capacidad instalada y utilizada en los factores de producción, un incremento en la dotación inicial de un factor genera un incremento en la producción del bien que utiliza ese factor intensivamente y disminuye la producción del otro, en términos de precios constantes. Cuando solamente se incrementa un factor, la producción del bien que utiliza intensivamente ese factor también se expande, mientras que la producción del otro bien se contrae, debido a que la misma se traslada, de acuerdo a la frontera de posibilidades de producción, a otra industria, incrementando la producción. Mientras David Ricardo establece que las dotaciones de recursos son fijas, Rybczynski considera que son variables, y obedecen en gran parte a las inversiones productivas realizadas.

El teorema de igualación de los precios de los factores es también conocido como teorema Heckscher-Ohlin-Samuelson (H-O-S); afirma que: “en un mundo sin obstáculos al comercio, sin diferencias tecnológicas entre las dos regiones y donde las dos regiones siguen produciendo los dos bienes, los precios de los factores se igualan entre las dos regiones” (Krugman, 2003).

En el comercio internacional los países importan sus factores escasos y exportan sus factores abundantes, por lo que, a largo plazo, las dotaciones relativas y los precios de los factores productivos se igualan internacionalmente, equiparando los precios de los bienes comerciados. Así, el libre comercio internacional da lugar a la igualación en las remuneraciones relativas y absolutas a los factores homogéneos a través de las naciones. La igualación absoluta de los precios de los factores significa que el libre comercio internacional también iguala los salarios reales para el mismo tipo de trabajo en las dos naciones, así como la tasa real de interés para el mismo tipo de capital en ambas naciones (León, 2004).

El teorema se fundamenta en que, previo al del libre comercio, los precios de la renta eran relativamente bajos y los salarios relativamente altos en el país abundante en capital, mientras que ocurría lo contrario en el país abundante en trabajo; el libre comercio permite que estos precios tiendan a la igualdad en el precio



del factor. Se basa en tres supuestos: a) las dos regiones siguen produciendo los dos bienes; b) las tecnologías son idénticas en las dos regiones; y c) no hay ningún obstáculo al comercio. Cuando uno o más de estos supuestos fallan, los precios de los factores no se igualan. (Klaus, 2003). En la realidad, la igualación de los precios de los factores no se observa a causa de enormes diferencias de recursos, barreras comerciales y diferencias internacionales en tecnología.

Puesto que los países continúan teniendo diferentes dotaciones de factores, las cantidades producidas serán distintas, y la igualación de los precios de los factores no se observa a causa de enormes diferencias de recursos, barreras comerciales, costos de transporte y diferencias internacionales en tecnología, por lo que no toma en cuenta el efecto de la inversión. La igualación absoluta de los precios de los factores significa que el libre comercio internacional también iguala los salarios reales para el mismo tipo de trabajo en las dos naciones, así como la tasa real de interés para el mismo tipo de capital en ambas naciones, lo cual no se aprecia en la realidad.

Si se considera que dos países siguen produciendo los mismos bienes, dicha acción no es necesariamente continua a lo largo del tiempo. Uno puede adquirir mayor grado de especialización que el otro; el que tenga menor grado, a largo plazo puede tender al abandono de dicha actividad por tener un costo mayor en el mercado y perder su ventaja comparativa. Se ha analizado anteriormente que ninguna tecnología es la misma en un país, y que es una falacia el hecho de que el comercio no tenga obstáculos.

Vanek (1964) reformuló el teorema de la dotación factorial de Heckscher-Ohlin (1919), con otro conocido como el modelo Heckscher-Ohlin-Vanek (H-O-V), generalizándolo para aplicarlo en un contexto multidimensional, con la inclusión de un número n de factores, bajo el hecho real de que existen muchos países, bienes y factores. Los modelos anteriores dificultaban el análisis por la inclusión de dos o más factores y su estructuración e intensidad factorial.

Este modelo se centra en los servicios factoriales incorporados en los bienes, y no en los servicios intercambiados en el comercio internacional. De esta manera, el país exportará los servicios de los factores productivos relativamente abundantes en



su economía e importará los servicios de los factores relativamente escasos, por lo que la esencia del análisis es el contenido factorial de las exportaciones e importaciones (López, 2001).

La abundancia relativa de un factor productivo en un país en un contexto de análisis entre varios países, bienes y factores, puede determinarse mediante la comparación de la su participación, y la de la demanda agregada en el país y en el mundo. De acuerdo a lo anterior, para que en un país existan factores relativamente abundantes (o escasos), la participación de la dotación factorial nacional respecto a la dotación mundial del mismo debe ser mayor (menor) que la participación de la demanda agregada de dicho país en la demanda agregada mundial.

A pesar de que el modelo Heckscher–Ohlin parecía explicar las cuestiones básicas del comercio internacional, la validez de las predicciones del modelo de dotaciones factoriales fue sometida a contrastación empírica por Wassily Leontief (tomado de Krugman, *et. al.*, 2003). Demostró que dicho modelo contaba con debilidades predictivas para explicar el patrón de comercio de Estados Unidos, ya que este país exportaba bienes menos intensivos en capital que los que importaba. Este resultado fue paradójico porque *a priori* se esperaba que dicho país fuera el país del mundo más abundante en capital. Por ello este resultado se conoce como la Paradoja de Leontief. Dicha evidencia empírica contrariaba la teoría de las proporciones factoriales (*idem.*).

A pesar de que la Paradoja de Leontief aparentemente invalida el modelo de Heckscher–Ohlin, actualmente no se ha podido constatar el porqué dicha paradoja se observa. Una explicación posible sobre el caso de Estados Unidos, es que tiene una ventaja en la producción de nuevos productos porque posee tecnologías innovadoras. “Estos productos pueden ser menos intensivos en capital que los productos cuya tecnología ha tenido tiempo de madurar, y se ha hecho idónea para técnicas de producción en masa. Así, Estados Unidos puede ser exportador de bienes que utilizan abundante trabajo cualificado y capacidad empresarial innovadora, mientras que importa manufacturas pesadas (tales como automóviles) que utilizan grandes cantidades de capital” (*idem.*).



Este modelo, a pesar de sus debilidades, es aplicable si hablamos del sector turístico mexicano, ya que nuestro país, en virtud de su medio geográfico posee una abundancia relativa de factores turísticos, lo que conforman la materia prima principal de la actividad turística. Esto le permite producir una amplia gama de tipos distintos de turismo, lo que conforma una ventaja comparativa mayor sobre aquellos que no gozan con los mismos recursos. De esta forma, si se tiende a exportar este tipo de servicios, se generan beneficios para el país.

Teoría de la Competitividad

Desde los orígenes del comercio internacional moderno, las teorías que han surgido han tratado de explicar los fundamentos de las mejores prácticas de comercio, a fin de obtener beneficios mediante los intercambios con otros países. Así inicia la competencia por obtener las mayores ventajas, en términos económicos, productivos y nacionales. De esta forma, el comercio internacional está indiscutiblemente unido al concepto de competitividad. Debido a los constantes cambios que experimenta el panorama económico mundial, el concepto de competitividad ha sido redefinido y reenfocado (Avondet, *et. al.*, 2007).

A través del tiempo, se han desarrollado varias definiciones de competitividad, analizadas por diversos autores y en distintos sentidos, debido a la generalidad de este concepto y a su aspecto multidimensional. De manera general, el concepto de competitividad es utilizado para referirse al desempeño de un país en la economía internacional; sin embargo, el concepto implica ambigüedad para su denotación. Se ha intentado explicar este hecho argumentando, fundamentalmente, que cada nación posee diferentes ventajas comparativas (recursos naturales, costes de producción, etc.), las cuales, si son utilizadas eficientemente, contribuyen a explicar la competitividad ligada a la riqueza económica de un país.

Existen varias definiciones de *competitividad*; aquí destacamos las siguientes:

De acuerdo a Porter (1990) “Competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación [de un país] en los mercados internacionales, con una



elevación paralela del nivel de vida de [su] población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad”.

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

Para Haguenauer (1989), la competitividad es “la capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto período de tiempo”.

Chesnais (1981) afirma que la competitividad “es la capacidad de un país (o grupo de países) de enfrentar (o conocer) la competencia a nivel mundial. Incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de las importaciones”.

Mathis (1988) afirma que “se identifica a la competitividad con la capacidad de hacer retroceder los límites de la restricción externa”; también considera que cuanto mayor es la capacidad de competencia de un país en su propio mercado o en mercados extranjeros, mayor es la capacidad de tal economía de crecer sin encontrar obstáculos en el déficit externo.

De acuerdo a Scott (1985), la competitividad “es la capacidad de producir, distribuir y proveer el servicio de los bienes en la economía internacional en competencia con los bienes y servicios producidos en otros países y hacerlo de una forma que aumente el nivel de vida”.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (1997), define la competitividad como la capacidad de las empresas, industrias,



regiones y naciones o entornos supranacionales para generar niveles elevados de renta y empleo, de una manera sostenible, estando expuesta a la competencia internacional.

De acuerdo al President's Commission on Industrial Competitiveness, (1985), "competitividad es el grado por el cual una nación, bajo condiciones de un mercado libre y equitativo, puede producir bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales de sus ciudadanos"

El enfoque tradicional

El concepto de competitividad surge en el contexto de la economía industrial y de la empresa, y se le identifica con la capacidad para competir (Fuster, 2003). Su análisis se remonta al siglo XVII con la corriente *mercantilista* (Allen, 1988). Esta ideología tenía como objetivo mantener un *superávit* comercial. Esto representaba la acumulación de riqueza, por lo que utilizaban como medio de intercambio los metales preciosos, especialmente el oro. Con ello lograban respaldar un nivel competitivo de precios.

En 1776 Adam Smith analiza la competitividad mediante el enfoque de costos de producción, argumentando que en un libre mercado, las necesidades de los consumidores determinaban cómo los recursos de los países deberían ser usados para satisfacer tales necesidades. Años más tarde, David Ricardo, en 1817, desarrolla la *Teoría de la ventaja comparativa*, en donde explica por qué un país debe importar bienes, basándose en las diferencias entre los países en función de su dotación de sus factores de producción, lo cual estimula la especialización. Más tarde la teoría de Heckscher–Ohlin (1919) sobre la *dotación factorial*, explica que el origen de las ventajas se basa en las dotaciones factoriales de un país, la cual posteriormente fue considerada como poco acertada por Leontief (tomado de Krugman, *et. al.*, 2003) por las debilidades analizadas anteriormente sobre el modelo.

De acuerdo a Flores (2008) la *teoría [paradigma] clásica del comercio internacional* contempla diversos factores que determinan la competitividad



internacional de las naciones en sectores y marcan la especialización de los países en la producción de bienes específicos, tales como los factores naturales, destacando la situación geográfica, el clima y la abundancia de materias primas, entre los más importantes. También se hace referencia a factores creados en el propio país -mano de obra y maquinaria-. Estos factores se encuentran distribuidos de forma homogénea a lo largo del país y de forma heterogénea entre países, existiendo obstáculos para su libre circulación entre éstos, lo cual impulsa la especialización de la producción y, por tanto, al comercio internacional.

La *teoría neoclásica del comercio internacional*, basada en el teorema de la *ventaja comparativa*, considera que los patrones del comercio internacional no dependen de la productividad del trabajo y sí de las condiciones del entorno.

Las teorías anteriormente mencionadas conforman el paradigma del enfoque tradicional de la competitividad; contiene las *teorías del comercio internacional* anteriormente expuestas, que comprenden desde la *Teoría [teorema] de la Ventaja Comparativa* hasta la *Teoría [teorema] de las Dotaciones Factoriales*.

Las explicaciones que han proporcionado los modelos teóricos neoclásicos para predecir la especialización sectorial y el éxito competitivo de los países, hasta el momento expuestos, conforman el enfoque tradicional de la competitividad. Dicho enfoque ha perdido vigencia en los últimos años, pues la evidencia empírica ha demostrado que de acuerdo a estas teorías, existen países que tienen ventajas importantes y por tanto, deberían ser competitivos. Sin embargo, la realidad muestra que países que tienen grandes riquezas en recursos no obtienen ventajas del comercio internacional y que otros, que no las tienen, han tenido un importante crecimiento económico en los últimos años (Barroso, *et. al.*, 2006).

De acuerdo a Porter (1990), las causas que han contribuido a la pérdida de importancia de las teorías anteriormente mencionadas, son:

- a) Cambios en la naturaleza de la competencia internacional. La competitividad ha pasado por un proceso de evolución debido a los cambios que se han presentado a lo largo de la historia. La globalización ha originado una



interacción entre las naciones, los países y las personas que ha permitido que se originen transformaciones económicas, tecnológicas y científicas, entre otras. Dichos eventos no se tenían previstos por los teóricos mencionados, por lo que sus postulados son actualmente inoperables en su totalidad.

- b) Los supuestos del análisis neoclásico no logran aproximarse a la realidad, por las razones expuestas con anterioridad. Los mercados no son libres, ni las competencias perfectas, ni las tecnologías iguales.
- c) La competitividad de los países es un elemento multifactorial, por lo que no es posible centrar el análisis exclusivamente en los costos de producción. Cualquier otro factor endógeno o exógeno queda fuera de la explicación de la competitividad en el modelo tradicional.
- d) Explican la diferencia de competitividad entre empresas ubicadas en diferentes países y/o territorios, pero no entre empresas situadas en un mismo territorio y/o país, ya que los supuestos consideran la movilidad libre y homogénea de factores en distintos países o territorios.
- e) No explican el aumento del comercio intrasectorial e intraempresarial entre países distintos, pues de acuerdo a los postulados, los países que intercambien productos de un mismo sector debería poseer dotaciones factoriales similares, y por tanto, un mismo nivel de desarrollo. El hecho de que no todos los países que tienen similares recursos tienen el mismo volumen de intercambio de mercancías invalida las supuestas causas de competitividad.

De acuerdo a Krugman (1994), el término competitividad no puede aplicarse en el ámbito nacional, puesto que los países no compiten de igual forma que las empresas. Chudnovsky y Porta (1990) afirman que la competitividad internacional hace referencia a un fenómeno que se manifiesta por medio de la competitividad empresarial mediante la intervención gubernamental, ya que el gobierno es quien determina la estructura de la economía y sus aspectos productivos e institucionales. Los razonamientos anteriores demostraron que la *teoría de la competitividad*, que tradicionalmente había sido utilizada para analizar el desempeño de los países, se mostraba ineficiente, puesto que no ofrecían un modelo explicativo del fenómeno de la competitividad.



El enfoque estructural

Como respuesta a las nuevas interrogantes que arrojaba el comercio y debido a la falta de capacidad explicativa del enfoque tradicional de la competitividad, surge a partir de la década de los ochenta del siglo pasado, un nuevo enfoque llamado de la *competitividad estructural*. Esta teoría se origina ante la exigencia de evaluar una economía nacional en su conjunto para poder determinar si es competitiva o no (Fuster, 2003).

Tradicionalmente, la teoría económica hace referencia a diversos factores de la ventaja competitiva, tales como tierra, trabajo y capital. Sin embargo, estos factores son poco determinantes en la competencia internacional; su abundancia puede aminorar dicha ventaja. Un crecimiento industrial sostenido difícilmente se puede sostener sobre estos factores (Porter, 1990). De acuerdo a Krugman (*et. al.*, 2003) el análisis de la competitividad de una nación debe considerar los determinantes del nivel de vida de la población, tales como el crecimiento, el empleo y la distribución del ingreso. Este nuevo paradigma dio origen a la llamada teoría de la *Competitividad Estructural*.

La teoría de la *Competitividad Estructural* contempla un conjunto de factores más complejos a los propuestos por la *teoría neoclásica del comercio internacional*. Analiza tanto factores macroeconómicos como microeconómicos e incluye a la empresa como un agente activo, determinante de competitividad. Se construye bajo un enfoque estratégico, y se apoya en el concepto de ventaja competitiva, teniendo como uno de sus principales referentes el modelo propuesto por Porter (1990) conocido como el *diamante de la competitividad* (Barroso, *et. al.*, 2006).

Modelo de Competitividad Estructural

Porter (1999) aborda el tema del comercio internacional con base en el análisis de un conjunto de numerosos factores y un enfoque estratégico. Trata de explicar, con su teoría de la ventaja competitiva de las naciones, los elementos que determinan el por qué unas naciones tienen éxito y otras fracasan en la competencia internacional, con un enfoque holístico, los cuales hacen posible la creación y



mantenimiento de una ventaja competitiva en determinados sectores. Dichos elementos se basan en los llamados factores de producción: la tierra, el trabajo y los recursos naturales, y el análisis se centra en la forma en la cual el entorno de una empresa genera un éxito competitivo a lo largo del tiempo. Su modelo del diamante de la ventaja competitiva de las naciones trata de explicar la posición comparativa de una nación en la competencia global, conformada como un sistema en el que nacen y compiten todas las empresas de una nación, sometidas a una serie de factores determinantes de la competitividad que explican por qué unos sectores han alcanzado altos niveles de competitividad en determinada nación y no en otra (Fuster, 2003).

Porter afirma que se deben abandonar las tradicionales *ventajas comparativas*, basadas en bajos costos y recursos naturales, y sustituirlas por las *ventajas competitivas*, basadas en los productos y en los procesos. Las empresas deben cambiar progresivamente en su forma de competir, adecuándose al *modelo del diamante*.

El modelo de Porter (1998) diagnostica y establece estrategias para la competitividad, desde la perspectiva de la empresa, debido a que la competitividad internacional sólo puede entenderse como la suma de la competitividad de los sectores y empresas nacionales. Porter (1999) establece que las empresas líderes de cualquier sector tienden a agruparse en áreas geográficas, a los cuales se les llama *clusters* competitivos. Esta agrupación permite que se vayan creando grupos de industrias relacionadas eficientes que permiten crear una ventaja competitiva sostenible.

Los *factores* determinantes establecidos por Porter (1999) como fuente de competitividad, son clasificados en cuatro atributos principales: a) condiciones de los factores de producción; b) condiciones de la demanda; c) industrias relacionadas y de apoyo; y d) estrategias de la empresa, estructura del sector y rivalidad local entre las empresas. Dos factores adicionales que impactan la competitividad, como atributos secundarios, son: la causalidad o hechos fortuitos y el gobierno.

Las características del diamante determinan los segmentos industriales en los que una nación tiene las mejores oportunidades para posicionarse en los mercados



internacionales, puesto que argumenta que existen ventajas necesarias para alcanzar y mantener dicho éxito. Establece el supuesto de que las *ventajas competitivas* radican en las economías, con base en la escala o curva del aprendizaje o diferenciación del producto, y no en los lugares en donde se desarrollan las actividades. De esta forma, este modelo considera que las capacidades y habilidades de las empresas para innovar, por lo que una fuerte rivalidad y competencia obligaría a los sectores a tener mejor desempeño, y por tanto, un incremento en su competitividad (Villalobos, 2006).

Si bien los elementos del modelo efectivamente pueden ser generadores de competitividad, éstos se muestran a manera de ideales organizacionales, mientras que en la realidad los sectores pueden tener dificultades para tener un acercamiento a este nivel de excelencia. En lo referente a la dotación factorial, se considera un ideal que todas las empresas cuenten con los factores de producción más avanzados, en cuanto a infraestructura y recursos humanos se refiere. Sin embargo, un problema común radica en la falta de accesibilidad a los mismos, sea por falta de financiamiento, de tecnología, de disponibilidad o inclusive de conocimiento. Si las empresas no cuentan con factores especializados, entonces no lograrán construir ventajas competitivas sostenibles. Los recursos de producción de monopolios y oligopolios generalmente superan la dotación de recursos especializados, por lo que, éstos serían los únicos en construir tal ventaja competitiva sostenible.

Además de las fuerzas explicadas anteriormente por Porter, existen otras que han quedado fuera de su modelo explicativo. Desde el punto de vista de la competitividad macroeconómica, “el tipo de cambio y la estabilidad en los precios son elementos clave de este contexto. Estas características les generan a las empresas externalidades, tanto positivas como negativas, que se traducen en ventajas o desventajas desde el punto de vista de su competitividad internacional” (Chudnovsky, 1990). Si bien, Porter trata de fundamentar las bases de la ventaja competitiva y del éxito sectorial e internacional, su generalización no permite hacer frente a todas las eventualidades que afectan la competitividad, por lo que es un modelo prescriptivo y enumerativo a manera de análisis sectorial, en donde se



sugieren las recomendaciones empresariales y gubernamentales para la competitividad, y no las mejores prácticas de competitividad.

Una crítica realizada a Porter, consiste en que su metodología no muestra cómo diagnosticar y establecer estrategias sobre el impacto de los poderes políticos, económicos y de los medios de información, que en numerosas ocasiones influye en el comercio internacional y determinan los mecanismos de operación. De esta forma las empresas y las naciones quedan supeditadas de manera pasiva a aquellos eventos de orden nacional e internacional que son marcados por reglas impuestas por las fuerzas políticas dominantes.

La utilidad de la teoría de Porter radica en que aporta nuevos elementos para explicar el patrón de comercio internacional y la competitividad de naciones y empresas. Sin embargo, deja muchas cuestiones sin resolver al respecto. El mundo cambia continuamente y presenta nuevos retos que desafían la competitividad; la capacidad explicativa de las ventajas comparativas es insuficiente ante el dinamismo de las nuevas prácticas internacionales de competitividad.

Ante tales insuficiencias, nace entonces una concepción más sistemática que trata de analizar de manera aún más general los factores que inciden en la competitividad. Surge el enfoque sistémico.

El enfoque sistémico

La concepción sistémica consiste en suponer que los objetos en cuestión son sistemas o partes de sistemas. Un sistema es un objeto complejo que tiene propiedades globales y se comporta como un todo debido a que sus componentes están unidos entre sí (Bunge, 2008).

Las características que tiene un sistema son: su composición (conjunto de sus partes); su entorno (conjunto de los objetos con que está relacionado); su estructura (conjunto de los vínculos entre las partes y entre éstas y aquellos componentes de su entorno que lo afectan); y, el mecanismo que mantiene o transforma al sistema (*idem.*).



El enfoque sistémico de la competitividad se basa en la premisa de que las empresas no pueden ser más competitivas de lo que les permita su entorno. A su vez, dicho entorno no podrá soportar la competitividad regional o nacional más allá de lo que le permitan las empresas y las organizaciones. De esta forma, evidencia que el gobierno, las empresas y la sociedad actúan conjuntamente, formando un sistema, que determina el nivel de competencia en los mercados (Esser, *et. al.*, 1996).

Modelo de Competitividad Sistémica de Esser

Este concepto fue formulado por Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner, Jörg Meyer-Stamer (1996), tiene los principales teoremas:

- a) El desarrollo económico no se basa únicamente en el funcionamiento del mercado y la empresa, sino también en los esfuerzos colectivos que generen un ambiente de desarrollo empresarial
- b) Para comprender la dinámica del desarrollo industrial es fundamental que se analicen no sólo el micro y macroeconómico, sino además dos nuevos niveles de análisis: el meso y el nivel meta.

Este enfoque de la competitividad se diferencia de otros en los niveles de análisis utilizados. Dichos niveles son los siguientes:

1. Nivel *meta*. Analiza la capacidad de los agentes a nivel local, regional, nacional o incluso supranacional, para crear condiciones favorables para el dinamismo industrial. Examina factores tales como la capacidad de una sociedad para la integración y la estrategia. Constituye la esfera de las redes sociales, las cuales guían las decisiones referentes a alternativas económicas. La competitividad sistémica tiene como premisa la integración social y la capacidad de gestión, los cuales se analizan en este nivel.
2. Nivel *macroeconómico*. Analiza la esfera de las condiciones económicas y los incentivos generados por leyes, instituciones y políticas; si las condiciones macroeconómicas son estables para tener una asignación efectiva de recursos, mercados eficientes y estabilidad macroeconómica, la competitividad se incrementa.



3. Nivel *meso*. Estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel de la empresa. Se analizan políticas específicas y el entorno institucional y organizacional; la esfera de intervenciones dirigidas a corregir fallos del mercado temporales y permanentes.
4. Nivel *microeconómico*. Analiza el entorno empresarial, la eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción; la organización formal e informal, redes de colaboración mutua, alianzas y aprendizaje colectivo.

Un país no puede elaborar políticas de competitividad a partir del conjunto dado de determinantes de la competitividad sistémica; el desempeño económico refleja la interacción entre los factores en los cuatro niveles. Así, los países más competitivos son aquellos que poseen los siguientes atributos (*idem*):

- a) Estructuras en el nivel meta que promueven la competitividad;
- b) Un contexto macro que ejerce una presión adecuada de cambio, adaptación y reacción en las empresas;
- c) Un nivel meso estructurado donde el Estado y los actores sociales desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad; y,
- d) Un gran número de empresas situadas en el nivel micro que buscan simultáneamente la eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua.

De acuerdo a los autores de este enfoque, la mayoría de los países en desarrollo o en transformación se distinguen por las deficiencias que acusan en todos los cuatro niveles.

El enfoque sistémico de la competitividad es el considerado como el más completo y acorde al mundo actual. Sin embargo, varias debilidades aquejan este enfoque, como se analiza a continuación:

Para lograr ser competitivo, “lo importante en un comienzo es la estabilidad del contexto macroeconómico (para ello, el déficit presupuestario, la deuda externa, la inflación y el tipo de cambio tienen que ser controlables y las reglas del juego económico no deben cambiar reiteradamente, ya que esa es la única forma de ofrecer



seguridad a la inversión) y la necesidad de que la macro-política haga llegar a las empresas señales claras e inequívocas de que ellas deben acercarse a los niveles de eficiencia usuales en el ámbito internacional” (*idem*). Si bien, se considera que la estabilidad macroeconómica es la base de la competitividad, no todos los países logran implementar políticas adecuadas para obtenerla, además de que hay factores externos que pueden impactarla de manera negativa.

La política macroeconómica y la formación de estructuras meso-económicas se condicionan mutuamente. La implementación de políticas en el nivel meso será poco promisoría mientras no se haga nada por estabilizar el contexto macro (*idem*). El enfoque sistémico implica entonces la acción conjunta de todos los niveles y agentes económicos; si se presenta alguna disfunción, entonces no funcionará todo el sistema.

A pesar de ser el modelo que integra de manera más amplia los factores que inciden en la competitividad, al igual que los anteriores, se enfoca en el análisis de manera enunciativa. Especifica como estrategias para lograr la competitividad: las redes de colaboración, el diálogo, su capacidad de gestión y de aprendizaje. Sin embargo, implica la colaboración también del Estado, el cual se observa ineficiente para propiciar y fomentar la competitividad.

Teoría de la Competitividad Turística

La competitividad turística es definida como “la habilidad de un destino para atraer turistas” (Acerenza, 2009).

De acuerdo a Crouch (1992, 1995), existen varios factores determinantes que permiten atraer turistas, entre los que mencionamos tres:

- a) Aspectos socio-económicos y factores demográficos, como la población, los ingresos en el país de origen, tiempo de ocio, educación, ocupación etc.;
- b) Factores cualitativos, tales como atractivos turístico, imagen, calidad de servicios turísticos, promoción y comercialización de los destinos, importancia cultural, etc.;



- c) Factores relativos al precio. Se refiere al costo del turismo para el visitante, el cual comprende el costo de los servicios de transporte, alojamiento, servicios turísticos, alimentación, bebidas, entretenimiento, etc., relevantes para la decisión de viaje.

La empresa turística debe poner especial énfasis en estos aspectos, con el objeto de tratar de adecuar su oferta turística a lo que el turista desea y espera de un destino, lo cual, incrementará su competitividad.

De acuerdo a Vellas (2004), la teoría de la demanda explica la especialización internacional de los países a partir de las condiciones de la demanda. Esto explica la repartición internacional de los flujos turísticos y la importancia relativa del turismo internacional en la economía de los países. Si dos países tienen demandas próximas una de la otra, incluso si tiene dotaciones de recursos poco diferentes, podrían intercambiar flujos turísticos más importantes que dos países que presentan dotaciones de recursos destacadas, pero con demandas distantes; de esta forma la demanda se asocia a las condiciones de la oferta en los países anfitriones, por lo que esta teoría enriquece las explicaciones teóricas para las dotaciones de recursos y para los costos comparativos. De esta forma, la demanda se convierte en un determinante esencial del turismo internacional; sus teorías explican las razones del desarrollo de los flujos turísticos y de la intensidad de las corrientes de intercambios turísticos entre países. La demanda turística representa las cantidades de bienes y servicios turísticos que los consumidores desean obtener en un momento dado. Además, la investigación empírica indica que el ingreso per cápita, al ser un determinante importante de la demanda, tiene un mayor impacto en la salida de los flujos turísticos de los distintos países. Los países donde el turismo de salida es cada vez mayor, son aquellos, que están experimentando altas tasas reales de crecimiento económico (Crouch 1992, 1995).

La Teoría de la *Ventaja Comparativa* (David Ricardo, 1818), permite explicar gran número de intercambios turísticos internacionales. Si consideramos que un país se dedica a la producción de un bien, y tiene capacidad de producir una cantidad suficiente como para satisfacer su demanda interna y además tiene un excedente, entonces tratará de exportarlo. Sin embargo, el costo es un elemento determinante en



esta decisión de especialización, puesto que el excedente mencionado sólo podrá colocarse en el mercado si su precio se encuentra por debajo o a la par del precio del mercado. Si descubre que el costo de producción de dicho bien resulta más alto que en el exterior, entonces el país decidirá importarlo en vez de producirlo. Si el costo es más bajo, entonces el país se especializará en la producción de dicho bien, y obtendrá beneficios por ello.

En el análisis del turismo internacional no es posible enfocarse a una especialización turística únicamente en función del precio, puesto que otros factores intrínsecos, como los atributos de un destino, la calidad ofrecida e inclusive la percepción del turista respecto a la imagen del lugar, pueden ser aspectos determinantes de la elección de un destino. De esta forma, destinos turísticos recurren a la especialización por factores distintivos, enfocados a aspectos como los ya mencionados. Sin embargo, de acuerdo a Vellas (2004), “los costos comparativos son uno de los factores determinantes en la evolución del turismo internacional”. Esta diferencia de precios turísticos proviene, de manera importante, del elevado nivel de salarios en los países más desarrollados, por lo que benefician los países de bajos salarios, sobre todo cuando su ubicación geográfica es próxima a los países más importantes en la emisión del turismo. Este diferencial de precios no se determina sólo por su valor intrínseco, sino además por las variaciones en los tipos de cambio, lo que influye decisivamente en la evolución de los costos comparativos del turismo internacional y por tanto en la repartición y evolución de los flujos turísticos.

Otro enfoque respecto a la competitividad de precios relativos, es el de Heckscher–Ohlin (1919), donde afirma que la diferencia de precios relativos sólo puede provenir de una diferencia en las dotaciones relativas de recursos entre ellos. Un país dispondrá de una ventaja competitiva en la producción del bien que utilizará más intensivamente el factor por el cual tiene una abundancia relativa. De esta forma, las condiciones del intercambio internacional pueden resumirse por las diferencias de proporción de factores de producción en cada servicio intercambiado, lo cual es aplicado en los flujos turísticos, debido a que los países que disponen de



dotación de recursos turísticos abundantes son países receptores de turismo, mientras que los que se encuentran en caso contrario, son países emisores (Vellas, 2004).

Existen varios modelos que analizan los factores que inciden en la competitividad turística, y que toman el enfoque sistémico, entre los cuales se encuentran los siguientes:

Modelo de Competitividad de Acerenza

De acuerdo a Acerenza (2009), la competitividad de un destino puede ser determinada por las ventajas competitivas que posee determinado lugar, las cuales pueden ser de tipo estructural o funcional.

Las ventajas competitivas estructurales son aquellas dadas por la ubicación geográfica en donde se encuentra la infraestructura turística, en relación a la cercanía de los mercados emisores, y la relación tiempo – costo para llegar al destino de esos mercados.

Las ventajas competitivas funcionales son aquellas generadas de acuerdo a la capacidad y habilidad para gestionar los distintos aspectos relacionados con la promoción y comercialización de los servicios y productos turísticos.

Este modelo, al considerar las ventajas competitivas funcionales, explica el por qué existen sitios que cuentan con una dotación de recursos importantes, y no logran ser competitivos; poseen muchos recursos turísticos, pero no tienen la capacidad de gestionarlos adecuadamente para lograr su competitividad, porque no tienen ventajas competitivas funcionales.

Para que este tipo de ventaja realmente sea traducida en competitividad, se requiere lo siguiente:

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



Estos factores explican el porqué los sitios con alto grado de dotación de recursos no logran ser competitivos; cuentan con muchos recursos, pero no los conjugan con los atributos que valora el turista de manera importante y constante, tales como la seguridad, el precio, las atracciones, la infraestructura, etc. De tal forma que, si las ventajas funcionales no se conjugan con la dotación de recursos y con los atributos valorados por el turista, podrán obtenerse ventajas comparativas, pero no ventajas competitivas.

Dentro de estas ventajas, se contemplan varios factores definidos como tangibles e intangibles, que inciden en la competitividad de un destino turístico.

Entre los aspectos tangibles, se encuentran aquellos que: a) logran satisfacer las motivaciones del turista; b) que se encuentran al alcance de las posibilidades económicas; y, c) que poseen poder competitivo ante la competencia.

Para que un destino cuente con dichos aspectos, requiere contar con una dotación importante de recursos, que sean atractivos de acuerdo a la percepción del turista, así como de acuerdo a la imagen que éstos reflejen en el exterior. También dichos recursos deben ser utilizados y adecuados permanentemente de acuerdo a las necesidades de los segmentos del mercado y al perfil del turista de cada destino, en los distintos rubros, tales como infraestructura, actividades de esparcimiento y atracción turística, y precios de los productos y servicios.

Una crítica sobre estos aspectos llamados “tangibles”, es su naturaleza, puesto que las motivaciones del turista, su capacidad económica y el poder competitivo, no son aspectos que puedan evidenciarse ni evaluarse a los ojos de los proveedores de destinos turísticos.

Entre los aspectos intangibles, se encuentran aquellos que conforman la gestión para la consecución de los tangibles que se mencionaron anteriormente. Contempla la calidad del destino, la capacidad para desarrollar nuevas atracciones turísticas, y la actitud y habilidad de gestión.

En cuanto al concepto de calidad, se entiende como aquella inherente a algo, que permite juzgar su valor (Diccionario de la Real Academia, 2001). Normalmente, se le retribuye calidad a algún bien o servicio, cuando se considera que su valor es superior a otro del mercado, y se le asocia a un sentimiento de satisfacción o de



agrado del consumidor. De esta forma, la calidad del destino, se asocia a la percepción que tiene el consumidor sobre los servicios turísticos, aspecto que sólo puede medirse a través del turista.

La calidad es un elemento que está intrínsecamente relacionado con la actitud y habilidad de gestión de un destino. La actitud competitiva se define como la disposición de ánimo manifestada en hechos, por parte de todos los involucrados en el desarrollo turístico de un destino (Acerenza, 2009). La habilidad de gestión puede entenderse como la capacidad de los administradores, proveedores y operadores turísticos de manejar su dotación de recursos de tal manera que se conduzca al logro de los objetivos, al incremento de la calidad y de los flujos turísticos. Una actitud competitiva y una gestión adecuada de la dotación de recursos puede conducir a que las ventajas comparativas de un destino se conviertan en ventajas competitivas, y además, a que se produzca un desarrollo sostenible a lo largo del tiempo.

De acuerdo a lo anterior, se considera que para que los destinos turísticos sean competitivos, deben aprovechar sus ventajas comparativas (recursos naturales, culturales, etc.), y manejarlas con una actitud competitiva y una gestión adecuada de recursos que permita satisfacer las motivaciones y expectativas del turista, con un adecuado precio y una calidad en el servicio. Dicho manejo puede hacer que las ventajas comparativas se conviertan en competitivas, y puedan incrementarse y trascender a través del tiempo.

Modelo de Competitividad de Ritchie y Crouch

El Modelo de Ritchie y Crouch (2000) es un modelo que trata de explicar las causas y fundamentos de la competitividad. Tiene su base en dos pilares fundamentales: los recursos y atractivos medulares, y los recursos y atractivos de apoyo. La gestión de los recursos, además de su entorno competitivo o local, y la política de planificación y desarrollo turístico, son los elementos que determinarán si un destino es competitivo o no.

De acuerdo a este modelo, la competitividad turística parte de la ventaja comparativa, en donde los destinos poseen determinados factores productivos



(situación geográfica, clima, agua, playas, etc.), lo que explica su especialización en esta actividad. La importancia de los recursos es mayor en el sector turístico.

Plantea el análisis del turismo con un enfoque sistémico, debido a que se encuentra permanentemente vulnerable a los efectos de su entorno económico, político y social, de manera que cualquier evento producido en el mundo, a pesar de generarse en otros sectores, puede afectarlo tal y como se observa en la actualidad respecto a eventos de índole sanitario o de seguridad. Dichos eventos representan amenazas y oportunidades, las cuales inciden directamente en la competitividad turística. Sugiere los siguientes aspectos de análisis:

1. Identificación de amenazas y oportunidades.

Su análisis se ubica en las siguientes categorías:

- Macroentorno: Factores económicos, tecnológicos, ecológicos, políticos, legales, socioculturales y demográficos.
- Microentorno: Se conforma por los siguientes elementos:
 - a) Organizaciones turísticas, que son subsistemas que conforman la oferta de turismo y proveen al turista de los recursos turísticos, alojamientos, restauración, transportes, comercios, equipamientos públicos, etc.
 - b) Turistas, destinos y empresas turísticas. La cooperación, las alianzas estratégicas y la competencia deben equilibrarse para provocar efectos sinérgicos que incrementen la competitividad.
 - c) Agentes públicos, tales como medios de comunicación, instituciones públicas, financieras, población local, grupos y asociaciones locales y sindicales, los cuales pueden bloquear o propiciar el desarrollo turístico de un determinado destino.
 - d) Entorno interno. El conjunto de organizaciones, gobiernos, empresas e individuos deben de actuar en conjunto y de forma coordinada para desarrollar el destino turístico.

Considera que el grado de interacción entre dichos subsistemas determina la competitividad del entorno.

2. Sistematizar los factores del macroentorno en cinco categorías:



- Recursos y atractivos. Son los elementos primarios de atracción del destino: fisiografía, clima, historia, cultura, lazos con el mercado, actividades ofrecidas, eventos especiales, espectáculos y superestructura.
- Factores y recursos complementarios. Son los atributos que enriquecen los elementos primarios: infraestructura (eficiencia, calidad, seguridad, abastecimiento de agua, sistema legal, etc.); recursos facilitadores y servicios (receptividad de la población local, conocimiento, capital, instituciones de educación, investigación, financieras); espíritu empresarial (innovación, cooperación, alianzas estratégicas, etc.); ; accesibilidad del destino (capacidad de los aeropuertos, sistemas de vialidad, etc.); hospitalidad; y, acuerdo político (coordinación entre líderes políticos y políticas aplicadas).
- Política de planificación y desarrollo del destino. Se refiere a la planeación estratégica, organizacional y estructural que rige la política turística, la cual debe estar basada en información referente a recursos, oferta turística, demanda, etc., e ir encaminada a la creación de objetivos y de una imagen diferenciada del destino.
- Dirección del destino. Se refiere a las actividades requeridas para reforzar el atractivo de los recursos turísticos, tales como *marketing*, prestación de servicios turísticos, información, organización, gestión y mantenimiento.
- Determinantes limitadores y amplificadores de la competitividad. Son aquellos factores que se encuentran fuera del control del sector turístico, como la ubicación geográfica, la interdependencia entre destinos, la seguridad, el nivel general de precios del destino, y la capacidad del destino.

Se puede concluir que de acuerdo a este modelo, la competitividad de un destino depende de la forma en que los recursos de un destino interactúen con su entorno externo e interno del mismo, y de cómo se relacionen y respondan a los retos del mundo cambiante. Desde el punto de vista sistémico, este modelo es el que mejor explica la competitividad turística, puesto que integra casi todos los elementos que afectan al sector, tal y como sucede en cualquier tipo de empresa económica. Sin embargo, se limita a ser explicativo, descriptivo y enunciativo de los factores que



inciden en la competitividad y estrategias para la creación, el mantenimiento competitivo o la evaluación del mismo.

Modelo de Competitividad de Kim

El modelo de Kim (2001, tomado de Flores, 2008) es un modelo explicativo, que determina las fuentes de la competitividad turística, dividiéndolas en las siguientes categorías:

- Fuentes *primarias*. Se conforman por los sujetos (agentes de viajes, empleados, etc.) y los recursos (naturales, culturales, históricos, etc.)
- Fuentes *secundarias*: Se conforman por la política turística, la planificación y la gestión del destino, las inversiones en el sector, y los impuestos y precios.
- Fuentes *terciarias*: Se componen por infraestructura, alojamiento, atractivo de los recursos, publicidad y cualificación de los recursos humanos.
- Fuentes *cuaternarias*: Son el resultado de la interacción de las fuentes anteriores; hacen referencia a datos macroeconómicos, tales como demanda turística, el empleo, etc.

Este modelo clasifica el origen de las ventajas competitivas turísticas; se presenta como un modelo relacional, donde se explica que el conjunto de las fuentes genera competitividad.

Una debilidad de este modelo, es que no determina criterios específicos para el establecimiento de estas categorías. No justifica las razones por las que una determinada fuente de competitividad debe ser considerada como fuente *primaria*, *secundaria* o *terciaria*. Identifica las fuentes de competitividad y las presenta de manera enunciativa, pero no especifica estrategia alguna que propicie su incremento. “Lo que Kim considera fuentes *cuaternarias* no son más que efectos o consecuencias de la competitividad” (Flores, 2008). Por esta razón, se considera que este modelo muestra ineficiencias para explicar, motivar, y más aún, predecir la competitividad.

En respuesta a estas debilidades, Kim formuló un nuevo modelo de competitividad con Dwyer años más tarde.



Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim

El modelo de Dwyer y Kim (2003) explica los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos, clasificándolos de la siguiente forma:

- a) *Recursos heredados*. Son los recursos endógenos, del propio territorio, entre los que se encuentran los recursos naturales (fisiografía, flora, clima, fauna, etc.) y los recursos culturales (historia, costumbres, arquitectura, música, bailes, etc.). Estos factores son esenciales para el desarrollo de la competitividad, pues son los principales atractivos de un destino.
- b) *Recursos creados*. Se componen por la infraestructura turística (alojamientos, comidas, transportes, agencias de viajes receptoras, alquiler de coches, etc.); los servicios turísticos (servicios médicos, seguridad, gasolineras, etc.); los eventos especiales y las actividades (recreativas y deportivas); el ocio y el entretenimiento (teatro, festival de cine, etc.) y los establecimientos de venta de *souvenirs*.
- c) *Factores y recursos complementarios*. Son el soporte de la oferta turística: infraestructura general (carreteras, aeropuertos, servicios de agua, electricidad, financieros, telecomunicaciones, etc.); calidad del servicio; accesibilidad del destino (capacidad de aeropuertos, capacidad vial, servicio de medios de transporte); hospitalidad (puntos de información y la amabilidad de la población local); y, lazos con el mercado (relaciones comerciales, flujos de migración, cultura, lengua, etc.).
- d) *Gestión del destino*: Comprende las actividades que pueden mejorar el atractivo de los recursos y fortalecer la calidad y efectividad de los factores de soporte: gestión del *marketing* del destino (desarrollo de nuevos productos, canales de distribución, la política de precios, investigación de mercados, etc.); política, planificación y desarrollo del destino (normas, reglas, directrices y desarrollo, y promoción de objetivos y estrategias); organización de la gestión del destino (coordinación sector público – privado, obtención de información); desarrollo de los recursos humanos; y gestión de recursos.



- e) *Condición situacional*: Son los factores que pueden limitar o potenciar la competitividad: ubicación geográfica; microentorno (capacidades y recursos de las empresas turísticas); macroentorno (entorno económico, demográfico, social, político, legal, etc.); seguridad (estabilidad política, crimen, terrorismo, enfermedades, etc.); y precios.

La interacción de estos factores determina la competitividad de los destinos turísticos.

Si bien, los modelos anteriores proporcionan elementos importantes para el análisis y creación de competitividad turística, su aplicación es poco práctica, tanto por limitaciones económicas como temporales y espaciales, para una medición a nivel internacional. Además, no todos los países poseen la información requerida para este modelo. Sin embargo, para los fines de esta investigación, se tomarán algunos elementos para la construcción de los indicadores.

Este modelo, al igual que los anteriores, parece explicar las fuentes de competitividad turística; sin embargo, su generalización no define su *praxis* en el establecimiento de estrategias para incrementar la competitividad.

Coincidiendo con Garau (2006), observamos que las debilidades de los modelos anteriores radican en que: a) muchos destinos no disponen de información suficiente para evaluar las fuentes de la competitividad turística; b) falta de una ponderación que indique el orden de importancia de cada uno de estos factores; y, c) no elabora indicadores que permitan medir los recursos de los destinos.

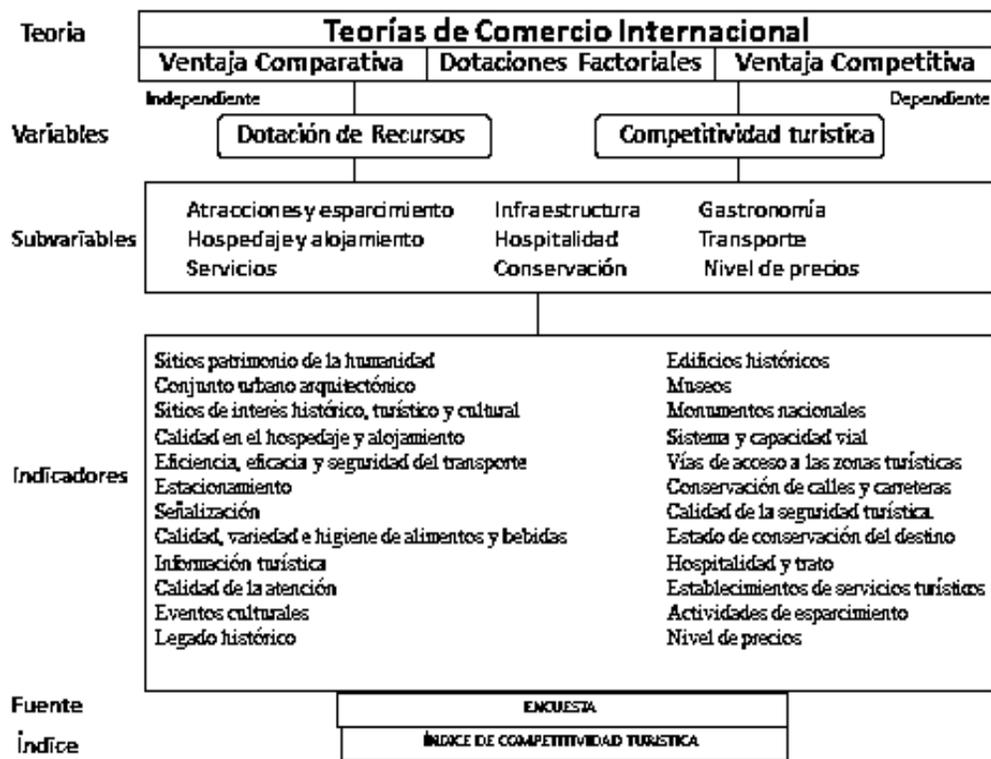
De acuerdo a la revisión de la literatura anterior, se afirma que hay una variedad de indicadores de competitividad. No hay un consenso que permita delimitar los criterios de clasificación y medición. Esto evidencia la dificultad de la determinación de la competitividad de los destinos turísticos, principalmente por su carácter multifactorial. Si bien, los modelos expuestos poseen amplia capacidad explicativa, su aplicabilidad se dificulta en la realidad económica.

En virtud de las dificultades anteriores, se propone un modelo que permita fundamentar la medición de la competitividad turística, específicamente para las Ciudades Coloniales.



El modelo parte de varias *Teorías del Comercio Internacional*: la *Teoría de la Ventaja Comparativa*, la *Teoría de las Dotaciones Factoriales* y *Teorías de Competitividad*, de las cuales se desprenden las variables de la dotación de recursos y la competitividad turística, así como las nueve sub-variables anteriormente mencionadas. Para operativizar dichas sub-variables se construyó una batería de indicadores que permitió medir la relación entre las variables propuestas (ver ilustración 1).

Ilustración 1 Esquema metodológico



FUENTE: Elaboración propia.



Modelo propuesto de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

Para el análisis comparativo de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad se parte de una propuesta teórico – metodológica desarrollada *ad hoc*; misma que integra el enfoque de competitividad propuesto por Acerenza (2009) y reformula algunas de las sub-variables que utilizó Serrato, *et. al.* (2007, 2008, 2009).

Este modelo presupone que la competitividad se genera a partir de ventajas⁵ estructurales y funcionales (ver gráfico 2).

De acuerdo a este modelo, las ventajas estructurales se componen del conjunto de recursos turísticos que posee un destino; son aquellos elementos o atractivos que motivan el flujo turístico o poseen la capacidad de atraer turistas. Pueden ser de tipo económico, cultural, social, natural, histórico, etc.

Las ventajas competitivas funcionales son aquellas generadas por los recursos humanos; se refiere a la capacidad y habilidad de las personas para gestionar los recursos turísticos. Contempla aspectos relacionados con la promoción y comercialización de los servicios y productos turísticos.

Si bien, Acerenza (2009) afirma que las ventajas competitivas estructurales “son aquellas dadas por la ubicación geográfica en donde se encuentra la infraestructura turística, en relación a la cercanía de los mercados emisores, y la relación tiempo – costo para llegar al destino de esos mercados”; en nuestro modelo se definen las ventajas competitivas estructurales como la dotación de recursos turísticos que posee un destino; se considera que existen ventajas competitivas creadas por el hombre, que no son necesariamente vinculadas a la geografía de un destino, y que tienen que ver más con aspectos económicos, culturales o sociales.

⁵Se define ventaja como “la superioridad o condición favorable que algo o alguien tiene con respecto a otra cosa o persona” (Diccionario de la Lengua Española, 2001).



El modelo propuesto plantea el considerar los siguientes tipos de ventajas estructurales:

1. ***Ventajas estructurales económicas:*** Son aquellas que permiten que el turista tenga un mayor poder adquisitivo de bienes y servicios turísticos (como por ejemplo, el diferencial en Índice de precios, y en el caso del turismo internacional, el poder de paridad cambiaria, el tipo de cambio o la política monetaria de un destino).
2. ***Ventajas estructurales culturales.*** Son aquellas que atraen el segmento del turismo cultural y conforman dicho patrimonio de un destino, tales como los eventos culturales, fiestas, tradiciones pasadas y presentes, costumbres, lenguas, etnias, música, bailes, festivales, y cualquier otra expresión que manifieste la forma del pensamiento, la conciencia y la significación de los habitantes de un destino.
3. ***Ventajas estructurales sociales.*** Se refiere a aquellos elementos y características sociales que posee un destino y que favorecen el desarrollo turístico, tales como el entorno social, demográfico, político, legal, seguridad, transporte, infraestructura, entre otros.
4. ***Ventajas estructurales históricas.*** Se refiere a los acontecimientos de importancia local o nacional que sucedieron en el pasado y que alteraron el curso de la historia de un lugar y que despiertan curiosidad o interés para el turista.
5. ***Ventajas estructurales naturales.*** Se refiere a los atributos que resaltan de la naturaleza y el ambiente de un destino, tales como fisiografía, clima, flora, fauna, hidrografía, etc.

Algunos ejemplos de las ventajas estructurales son los siguientes (ver tabla 9):



Tabla 9 Ventajas estructurales de los recursos turísticos del Modelo propuesto de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

Económicas	Índices de precios, tipo de cambio, poder de paridad cambiaria
Culturales	Eventos culturales, fiestas, tradiciones, lenguas, etnias, costumbres, música, bailes, festivales,
Sociales	Entorno social, demográfico, político, legal, seguridad, transporte, infraestructura
Históricas	Acontecimientos de importancia local o nacional que sucedieron en el pasado y que alteraron el curso de la historia.
Naturales	Fisiografía, clima, flora, fauna, hidrografía.

Fuente: Elaboración propia.

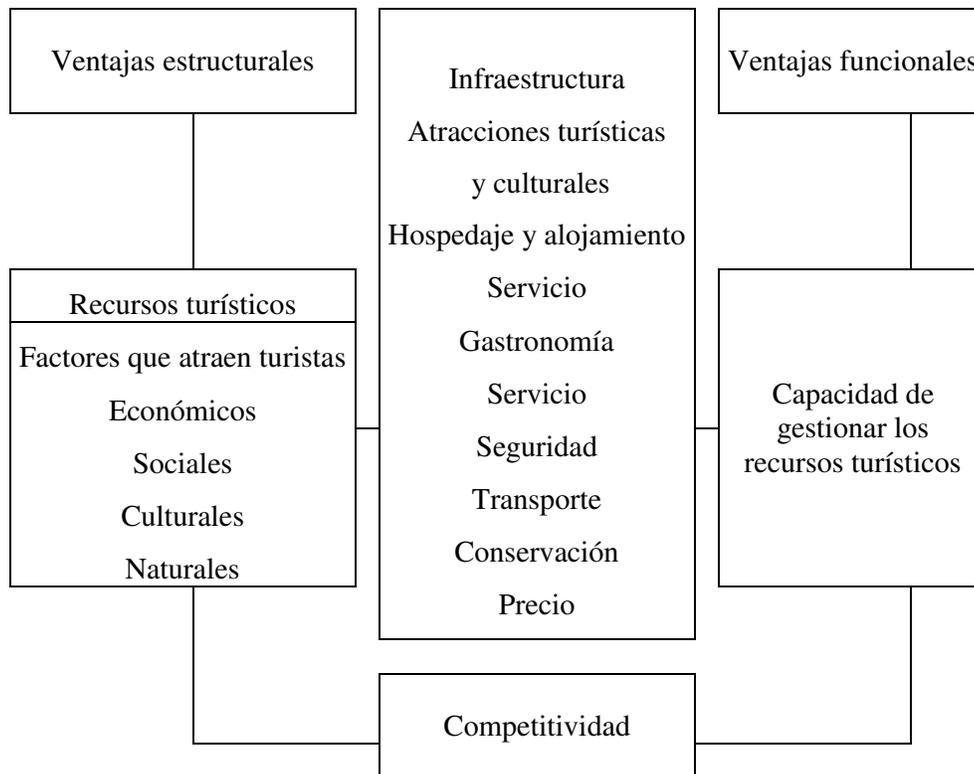
El conjunto de las ventajas estructurales y funcionales conforman la ventaja competitiva. Es decir, si se considera el conjunto de recursos de un sitio como su capital turístico, y se añade una adecuada gestión de los mismos, entonces el destino atraerá turistas y, por tanto, será competitivo.

Las sub-variables propuestas en este modelo son: infraestructura, atracciones turísticas y culturales, hospedaje y alojamiento, gastronomía, servicios, seguridad, transporte, conservación y precio.

El modelo propuesto se expresa en el siguiente gráfico:



Gráfico 2 Modelo propuesto de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad



Fuente: Elaboración propia con base en el enfoque de Acerenza (2009) y reformulación de dimensiones propuestos por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (Serrato, *et. al.*, 2007, 2008, 2009).

Una limitación de este modelo es que analiza la competitividad desde el punto de vista de la oferta. Sin embargo, se puede deducir teóricamente su capacidad explicativa. El supuesto en que se basa es que si un destino posee importantes recursos turísticos y se tienen las habilidades para gestionarlas, entonces se genera una ventaja competitiva. Si consideramos la competitividad como la habilidad de un destino de atraer turistas, entonces la demanda es producto y consecuencia de la competitividad de tal destino.



Metodologías y operativización de variables

Esta investigación integra el uso de dos metodologías, las cuales son utilizadas para analizar las escalas temporales; una para la escala internacional y otra distinta para la escala local. Estas metodologías establecen los pasos mediante los cuales es posible lograr los objetivos de esta investigación; se pretende cuantificar las relaciones existentes entre las variables y medir la importancia de las variables que afectan la competitividad del sector turístico.

La metodología que se utilizará para el análisis internacional y local de competitividad turística se desarrolla a continuación:

Metodología para el Análisis Internacional de Competitividad Turística

Para el análisis a nivel internacional, el cual se desarrolla en el capítulo II de esta investigación, se realiza un estudio longitudinal para comparar la competitividad del sector turístico en México con sus principales competidores a nivel internacional en función de su diferencial de precios. Para realizar dicha comparación, se construyó un *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* a partir de la metodología aplicada en el Programa de Comparaciones Internacionales del Banco Mundial y en diferentes estudios (Dwyer, *et al*, 1999, 2000a, 2000b, 2001; FMI, 2005).

Determinación de dimensiones e indicadores de la competitividad internacional

El *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* consta de tres indicadores: a) el poder de paridad de compra; b) el índice de precios al consumidor; y c) el tipo de cambio (ver tabla 10).



Tabla 10 Sub-variables e Indicadores de la Competitividad Internacional

Sub-variables	Indicadores	Fuentes
Nivel de precios	Poder de paridad cambiaria	Elaboración propia con el uso de la metodología de Sadoulet y Janvry, 1995.
	Índice de precios al consumidor	OCDE, 2009.
	Tipo de cambio	OCDE, 2009.

Fuente: Elaboración propia.

Tales indicadores se utilizan para la construcción del *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*. A continuación se describe la metodología específica utilizada para generar dicho índice.

Pasos para la construcción del Índice de Competitividad de Precios Turísticos

A continuación se presentan las etapas que se siguen para la construcción del *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*. Su desarrollo se expone en el capítulo del análisis internacional.

Los pasos que se requieren son los siguientes:

1. Se seleccionan los países de origen que serán sometidos a análisis.

Dado que los visitantes de diferentes orígenes tienen diferentes patrones de compras, se toma como criterio de análisis el conjunto de mercados turísticos principales que compiten entre sí, ya que la competitividad de los precios puede ser plenamente comprendido sólo en comparación con otros destinos que los visitantes pueden elegir.

2. Se recopilan las cifras de la tasa de cambio nominal y los Índices de Precios al Consumidor para cada uno de los destinos mencionados.

Se consideran los precios generales de la canasta básica en virtud de que no existen índices de precios específicos para los servicios turísticos para todos los países.



3. Se calcula el Poder de Paridad de Compra.

Para obtener el Poder de Paridad de Compra, se utilizó la metodología de Sadoulet y Janvry (1995), mediante la siguiente fórmula:

$$PPC = Tc^* \frac{IPC \text{ Doméstico Año Base} / IPC \text{ Doméstico Año Final}}{IPC \text{ Externo Año Base} / IPC \text{ Externo Año Final}}$$

Ec. 1

Donde:

PPC: Precio de Paridad de compra

*Tc** representa la tasa de cambio nominal del año base

IPC doméstico año base: Índice de precios doméstico año base 2000 / 2008

IPC doméstico año final: Índice de precios año 2008

IPC externo año base: Índice de precios año base 2000 / 2008

IPC externo final: Índice de precios año 2008

4. Se ajusta el Poder de paridad de compra de cada país por los tipos de cambio de los sitios seleccionados.

Por último, el poder de paridad adquisitivo para cada país debe ser ajustado por los tipos de cambio para obtener el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*.

Para determinar el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*, se utiliza la siguiente fórmula, tomada de la metodología de Dwyer (et. al., 2000)

$$PCI = \frac{\text{Tasa de Cambio Nominal}}{\text{Poder de Paridad de Compra}} \times 100$$

Ec. 2

Donde:

PCI = Índice de Competitividad de Precios Turísticos

Para la construcción del Índice de Competitividad de Precios Turísticos (PCI) para cada uno de los destinos, se sustituyen las fórmulas con los datos



recopilados, siguiendo el procedimiento para comparar cada uno de los países con sus competidores para cada uno de los años analizados en el período de estudio.

El signo positivo (+) obtenido representa una variación positiva en el índice, es decir, un incremento en los valores absolutos de los índices correspondientes.

El signo negativo (-) representa una variación negativa en el índice, es decir, un decremento en los valores absolutos de los índices correspondientes. Un índice superior a 100 significa que, en promedio, los precios son más altos que en el mismo país, y un índice inferior a 100 significa que los precios son relativamente más bajos (Banco Mundial, 2008).

En cuanto a lo referente al criterio de elección del año base, cabe mencionar que se excluye el período de la crisis económica que se presentó en México a partir del año de 1994, por su negativo impacto en la devaluación del peso mexicano, en la inversión y en las fluctuaciones en los tipos de cambio e Índices de precios. El año de 1998 marca el inicio de una etapa de estabilidad económica, razón por la cual se considera hasta el año 2000 como año base para la generación de los índices de competitividad. Para objeto de esta investigación, se tomará a Estados Unidos como país de referencia comparativa de la competitividad turística, debido a que el dólar americano es la moneda de intercambio más utilizada en el mundo, y sobre la cual se basan las referencias tomadas de la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE, 2009) para los tipos de cambio y los Índices de Precios al Consumidor.

Fuentes para el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*.

Para determinar las unidades de observación, conformadas por aquellos países o regiones que compiten con México por el número de turistas se tomó como fuente primaria el Sistema Integral de Operación Migratoria del Instituto Nacional de Migración (SIOM, 2009, ver tabla 11)

Para la recopilación de las cifras de tipos de cambio e índice de precios al consumidor se utilizó como fuente de información la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2009, ver tabla 11).



Tabla 11 Ficha Metodológica del Análisis de Competitividad Internacional

Nivel de estudio	Nivel Internacional
Universo	Países competidores con México en turismo
Unidades de observación	México, Estados Unidos, Canadá, Unión Europea
Unidad temporal	2006 – 2008
Metodología	Dwyer, Forsyth y Rao(2000) Sadoulet y Janvry (1995)
Fuentes	Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM, 2009) Instituto Nacional de Migración (INM, 2009) SIIMT (Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos) Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2009).

Fuente: Elaboración propia.

La metodología propuesta por Dwyer, Forsyth y Rao (2000) y Sadoulet y Janvry se desarrolla en el capítulo dos de esta investigación.

Metodología para el Análisis Local de Competitividad Turística

La competitividad de un destino sólo puede ser medida en comparación con otros lugares que los visitantes pueden elegir. Debe tenerse una referencia comparativa alguna para que sea posible determinar el nivel de atracción turística de un sitio.

Por la razón anterior, se emplea el uso de una propuesta metodológica propia, *ad hoc* a las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad. Se emplea un análisis sincrónico que contemple la construcción de un índice que permita medir, en términos comparativos, la competitividad de un destino con respecto a otro.



Dicha metodología se desarrolla a continuación y comprende los siguientes pasos:

1. Se definen las unidades de observación.

Para definir las unidades de observación (ciudades objeto de estudio), se recurre a dos categorizaciones oficialmente establecidas: la del Programa de Tesoros Coloniales del Centro de México de la SECTUR, y a la definida en la Lista d Patrimonio Mundial de la Humanidad de la UNESCO.

De acuerdo a estos criterios, las ciudades que cumplen con estos requisitos y que conforman el estudio de caso son: Morelia, Guanajuato, Zacatecas, Querétaro y Puebla.

Este criterio establece una nueva categoría de ciudades, que además de ser coloniales, son declaradas Patrimonio Mundial. Esta clasificación excluye todas aquellas ciudades que no cumplen con ambos requisitos.

2. Se determina el universo de estudio.

Para determinar el universo, se toma al conjunto de agentes turísticos de las Ciudades Mexicanas Coloniales Patrimonio Mundial.

Dicho universo es tomado del padrón de oferentes turísticos registrado en instancias turísticas gubernamentales u oficiales, ya sea ante la Secretaría de Turismo o ante sus filiales (Oficinas de Convenciones y Visitantes⁶) de cada una de las ciudades objeto de estudio.

Para los fines de esa investigación, se delimitó al conjunto de agentes de la oferta turística de la siguiente forma (ver tabla 12):

⁶ Las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) son organismos utilizados como instrumentos para ejercer la aplicación del impuesto del 2% o 3% al hospedaje que recaba cada gobierno estatal. En algunos casos, las oficinas forman parte de los gobiernos locales y en otras, son organismos no gubernamentales o privados. Uno de sus objetivos principales es posicionar al destino en el mercado meta, con los visitantes potenciales e impulsar las ventas del producto turístico, por lo que poseen un registro oficial de todos los oferentes de servicios turísticos por ciudad (SECTUR, 2010).



- a) Agente turístico público. Se refiere a aquel organismo de la administración pública local que tiene dentro de sus funciones principales la creación y aplicación de políticas para el desarrollo turístico y/o la promoción y posicionamiento de los destinos turísticos.

Los organismos que llevan a cabo estas funciones son las secretarías de turismo estatales y las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) de cada ciudad.

- b) Agente turístico privado. Se refiere a aquella organización que pertenece a la iniciativa privada y que oferta servicios turísticos, tales como hoteles, restaurantes, agencias de viaje y operadoras turísticas. Son los que generan un mayor volumen de movimientos turísticos. Pueden ser mayoristas y minoristas:

b.1.) Agentes mayoristas. Son los distribuidores de los servicios turísticos y paquetes turísticos a los agentes al detalle o minoristas.

b.1.) Agentes minoristas. Son los que actúan como intermediarias entre los distribuidores de servicios turísticos y el usuario final o turista.

Los mayoristas muchas veces también son minoristas porque también pueden ofrecer servicios al usuario final.

- c) Agente turístico académico. Son aquellas instituciones educativas que ofertan programas relacionados con el turismo y/o los servicios turísticos a nivel profesional, licenciatura y/o posgrado.



Tabla 12 Agentes de la oferta turística.

Agentes públicos	Organismos administrativos que promueve el desarrollo turístico: Secretarías de turismo estatales Oficinas de Convenciones y Visitantes
Agentes privados	Organizaciones que ofertan servicios turísticos: Cadenas hoteleras Hoteles Restaurantes Agencias de viajes Operadoras turísticas
Agentes académicos	Instituciones educativas que ofertan programas relacionados con el turismo.

Fuente: Elaboración propia.

El total de este universo fue de 560 agentes, de los cuales corresponden 96 en Puebla; 152 en Zacatecas; 102 en Querétaro, 92 en Guanajuato y 118 en Morelia (ver tabla 13).

3. Se determina la muestra.

Una vez que se ha contabilizado el universo, se procede a determinar la muestra.

Se emplea un método estratificado, tomando el conjunto previamente definido:

a) Agentes públicos; b) Agentes privados; y, c) Agentes académicos. Se consideró importante que en la muestra hubiese representación de todos y cada uno de los estratos considerados, y de manera aleatoria y proporcional, se seleccionaron las organizaciones que participarían en la muestra.

Una vez definidos los estratos, se procedió a obtener una muestra del total del universo. Siguiendo el criterio de Bailey (1994), se considera que cuando el universo es estimado, es válido tomar una muestra del 10% del total del universo. Esta proporción es significativa y representativa para hacer



inferencias estadísticas correctas. Dicho porcentaje se toma como muestra, en virtud de la posibilidad de que no todos los agentes turísticos se encuentren registrados oficialmente. Este porcentaje se aplica de igual manera para los tres estratos definidos

Se toma como muestra un total de 59 organizaciones pertenecientes a los tres sectores anteriormente mencionados, correspondiendo 10 a Puebla; 16 a Zacatecas; 11 a Querétaro; 10 a Guanajuato; y, 12 a Morelia (ver tabla 13).

4. Se determina el marco muestral.

Dado que la muestra obtenida está conformada por organizaciones relacionadas con el turismo, se procede a obtener un marco muestral de las mismas.

Se utiliza un muestreo por atributos o de selección intencional. En este tipo de muestras se utiliza un método no aleatorio y se busca que los informantes seleccionados tengan características similares. La representatividad la determina el investigador al seleccionar los elementos que a él le parecen representativos o típicos de la población, de manera que puedan contribuir a la consecución de los objetivos del estudio (Casal, *et. al.*, 2003).

Los informantes seleccionados deben cumplir dos criterios:

- a) Que tuviesen amplio conocimiento sobre el turismo, en virtud de su perfil y experiencia profesional en el sector turístico.
- b) Que fuesen considerados como conocedores del tema, lo cual, es posible detectarse mediante una entrevista de control.

Para el caso de los agentes públicos (secretarías de turismo estatales y sus filiales), el criterio de selección se establece acuerdo al orden jerárquico establecido por el organigrama. Se eligen a directores y asesores técnicos, por considerarse que éstos, por tener a su cargo las funciones de creación de políticas para el desarrollo y promoción turística, son quienes poseen un mayor grado de conocimiento con respecto a la oferta turística de cada ciudad

En el caso de los agentes privados (hoteles, restaurantes, agencias de viaje y operadoras turísticas), se determinan a aquellos informantes que desempeñan un nivel directivo o gerencial dentro de la organización.



En el caso de los agentes académicos (instituciones educativas que ofertan programas relacionadas con el turismo), los informantes seleccionados se integran por aquellos profesores y/o investigadores que poseen experiencia docente en el área y que además, fungen como coordinadores o directivos de los mismos.

5. Se diseña el instrumento de medición.

Para determinar si el informante posee amplio conocimiento sobre el turismo, se le aplica una entrevista no estructurada. Se diseñan preguntas de control, con cuestiones relacionadas a la atracción de un destino y sus recursos turísticos (ver anexo 1A)

Una vez que se determina la selección de informantes, se diseñan dos encuestas estructuradas, con una pregunta por cada atributo generador de competitividad.

La primera encuesta se emplea para medir la percepción y evaluación de los informantes con respecto a la oferta turística (ver anexo 1B). Las respuestas se presentan en una escala de medición tipo Likert con valores en escala de 1 (nada importante) a 4 (muy importante). Se toma como criterio de evaluación que, a mayor valor, mayor competitividad.

La segunda encuesta se emplea para medir la percepción de los encuestados con respecto a la importancia de cada uno de los indicadores (ver anexo 1C). Las respuestas se presentaron en la escala mencionada anteriormente, con valores que van de 1 (nada importante) a 4 (muy importante). Se toma como criterio de evaluación que, a mayor valor, mayor ponderación del indicador.

6. Se realiza una prueba piloto.

Una vez diseñada la encuesta y la entrevista, se procede a aplicar una prueba piloto. Esta prueba se aplica a diez personas de la selección. Se diseña una nueva encuesta con la finalidad de obtener información sobre si la redacción de los instrumentos es clara para todos los encuestados y si todos interpretan las preguntas de la misma manera. También permite determinar si los resultados obtenidos son homogéneos.



Siguiendo a Iraossi (2006), se debe evaluar la idoneidad de la encuesta, así como calcular el tiempo necesario para completarla y determinar la calidad de la tarea del encuestador. Además del instrumento, se deben aplicar preguntas de control (ver anexo 1D) para el proceso de la prueba piloto, las cuales contemplan los siguientes aspectos:

- a) La comprensión del objetivo de la encuesta;
- b) La comodidad para responder las preguntas;
- c) La claridad de la redacción;
- d) El tiempo requerido;
- e) La extensión de la encuesta;
- f) Si hay preguntas con influencia sobre la respuesta;
- g) Si las preguntas se relacionan a los conocimientos y experiencia de los encuestados;
- h) Si las respuestas recopiladas reflejan la información necesaria con respecto al objetivo de la encuesta;
- i) Si las opciones de respuestas se relacionan con las experiencias de los encuestados en el tema de la pregunta;
- j) Si alguna de las preguntas le obligan a pensar demasiado antes de responder;
- k) Si las respuestas recopiladas reflejan la información que necesita con respecto al objetivo de la encuesta;
- l) Si las respuestas recibidas son lo suficientemente variadas; y
- m) Si se omitieron otros temas importantes.

Una vez que se determina la idoneidad del instrumento, se procede a su aplicación.

7. Se aplica el instrumento de medición.

Una vez determinada la muestra, los informantes y el instrumento se procede a aplicar la encuesta.

Se aplicó el instrumento de medición a un informante seleccionado por cada una de las organizaciones de esta muestra. Se obtuvieron un total de 59 cuestionarios válidos.



Tabla 13 Cuestionarios aplicados en Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad.

Ciudad	Universo	Muestra	% Cuestionarios aplicados
Puebla	96	10	16.95
Zacatecas	152	16	27.12
Querétaro	102	11	18.64
Guanajuato	92	10	16.95
Morelia	118	12	20.34
Total	560	59	100%

Fuente: Elaboración propia.

8. Se analiza y procesa la información para determinar la confiabilidad estadística del instrumento de medición.

Una vez obtenidos los resultados de los cuestionarios, éstos se analizan para determinar la confiabilidad estadística del instrumento de medición. Para su determinación se emplea el programa computacional de SPSS.

La confiabilidad se refiere a la propiedad que tiene un instrumento de medición que permite que puedan obtenerse resultados similares si se repite un estudio o experimento; para determinar lo que Kerlinger (1986) llama la “exactitud o precisión de un instrumento de medición”. El análisis de confiabilidad permite estudiar las propiedades de las escalas de medición y de los elementos que componen las escalas. Calcula un número de medidas de fiabilidad de escala que se utilizan normalmente y también proporciona información sobre las relaciones entre elementos individuales de la escala. Se utiliza para determinar si la encuesta utilizada como instrumento de medición es objetiva con respecto a la construcción de los *items* que pretenden medir la opinión de los encuestados.

La confiabilidad del instrumento se estima a través del *coeficiente alfa* de Cronbach (1951), que es un modelo de consistencia interna, que se basa en la correlación inter-elementos promedio. Permite cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de n



variables observadas. Este coeficiente toma valores que van de 0 a 1; en donde 0 significa nula confiabilidad y 1 confiabilidad total. Entre más cercano se encuentre el valor obtenido a uno, representará una confiabilidad significativa en el instrumento de medición utilizado.

El valor de alfa de Cronbach⁷ obtenido en este estudio es de 0.889 (ver tabla 14). Este coeficiente representa una confiabilidad significativa en el instrumento de medición utilizado en esta investigación.

Tabla 14 Coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach	Número de elementos
0.889	8

Fuente: Elaboración propia con el uso del programa computacional de SPSS.

Además de determinar la confiabilidad del instrumento, es preciso homogeneizar la información obtenida. Dado que los encuestados podrían tender a favorecer los resultados de su ciudad, se debe hacer un procedimiento de normalización. Una manera de llevarlo a cabo es obteniendo el promedio de las calificaciones otorgadas a cada indicador y multiplicar este valor por cada calificación. Esto permitiría tener un criterio más específico y real de las distancias entre un valor y otro, obteniendo resultados más objetivos.

Una vez que se determina la confiabilidad del instrumento y se homogeneiza la información, se procede a la construcción del índice.

9. Se construye el Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad.

Los pasos para la construcción del índice son cuatro, los cuales se mencionan posteriormente.

⁷El programa computacional SPSS arroja el *Coeficiente de Alfa* de Cronbach para medir la confiabilidad interna del instrumento de medición.



Determinación de variables, sub-variables e indicadores de la competitividad local

Para el análisis comparativo de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad se parte de una propuesta teórico – metodológica desarrollada *ad hoc*, la cual se expone en el marco teórico de esta investigación. Al igual que en la escala internacional se considera como variable dependiente la competitividad turística y como independiente la dotación de recursos. Las sub-variables propuestas en este modelo son nueve: a) infraestructura; b) atracciones turísticas y culturales; c) servicios; d) hospedaje y alojamiento; e) gastronomía; f) transporte; g) seguridad; h) conservación del destino; e, i) nivel de precios (ver tabla 15).

El *Índice de Competitividad de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad* consta de los siguientes indicadores cualitativos: espacios culturales y coloniales, sitios patrimonio de la humanidad, eventos culturales, actividades de esparcimiento, legado histórico, información turística, calidad en hospedaje y alojamiento, higiene en alimentos y bebidas, capacidad y sistema vial, vías de acceso, seguridad turística, limpieza urbana y estado de conservación. El único indicador con carácter cuantitativo es el índice de precios al consumidor (ver tabla 15).

El desarrollo conceptual de cada uno de los indicadores se presentó en el marco teórico – referencial, en la sección de dotación de recursos turísticos.



Tabla 15 Sub-variables, Indicadores y Fuentes del Índice de Competitividad de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

Sub-variables	Indicadores	Fuentes
Infraestructura cultural	Espacios y edificios turísticos, culturales y coloniales Sitios Patrimonio de la Humanidad	Encuesta
Atracciones culturales y turísticas	Eventos culturales Actividades de esparcimiento Legado histórico	Encuesta
Servicios	Información turística Hospitalidad y trato Rapidez en la atención Establecimientos de servicios turísticos	Encuesta
Hospedaje y alojamiento	Calidad en hospedaje y alojamiento	Encuesta
Gastronomía	Higiene de alimentos y bebidas Calidad en alimentos y bebidas	Encuesta
Transporte	Capacidad y sistema vial Vías de acceso	Encuesta
Seguridad	Seguridad para el turista	Encuesta
Conservación del lugar	Limpieza del destino Estado de conservación	Encuesta
Nivel de precios	Índice de precios al consumidor	Banco de México, 2009.

Fuente: Elaboración propia.

Los aspectos metodológicos mencionados anteriormente se resumen en la siguiente tabla, que contiene elementos tales como las unidades de observación, el universo, la muestra, la unidad temporal, la metodología y las fuentes.



Tabla 16 Ficha metodológica para el Análisis de Competitividad Local

Nivel de estudio	Nivel Nacional
Unidades de observación	Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad
Universo	Agentes económicos (organizaciones) de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad de sector académico, empresarial y gubernamental: 560
Unidad muestral	10%
Tamaño de la muestra	60 cuestionarios válidos
Unidad temporal	2009
Metodología	Metodología propia utilizada para la construcción del <i>Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad</i> .
Fuentes	Encuesta, Banco de México.

Fuente: Elaboración propia.

Pasos para la construcción del *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad*

En esta sección se menciona de manera sintetizada las etapas que se siguen para la construcción del *Índice de Competitividad de Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*. Su desarrollo se expone en el capítulo cuarto de esta investigación.

Los pasos que se requieren para construir dicho índice son cuatro:

1. Se definen las sub-variables de la competitividad turística.

Las sub-variables de la dotación de recursos y de la competitividad parten de la propuesta teórica expuesta en el Modelo arriba propuesto de la medición de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales.



Para la definición de las sub-variables, se empleó el instrumento de medición (ver anexo 1C) para realizar un análisis de importancia, el cual permitiera determinar si tales sub-variables fueron consideradas como relevantes en las ciudades objeto de estudio. Dicho análisis se elaboró en base a las calificaciones promedio obtenidas en la aplicación de las encuestas y representa la valoración otorgada a cada una de las sub-variables e indicadores de la competitividad por ciudad. Se establece una escala de 1 a 4; en donde la calificación de 1 significa “nada importante”, mientras que la calificación de 4 significa “muy importante”. A mayor valor, mayor relevancia del indicador; todos fueron considerados como relevantes.

2. Se evalúan el grado de relación entre las sub-variables definidas.

Después de determinar las sub-variables a utilizar se procede a relacionarlas entre sí, para buscar que exista una correlación significativa entre ellas. El objetivo es demostrar que todas las sub-variables utilizadas son representativas y tienen capacidad explicativa en el modelo propuesto.

Para evaluar dicha relación es necesario realizar, en primer lugar, un análisis factorial, el cual permite determinar si existe una correlación significativa entre las sub-variables.

El análisis factorial es una técnica de reducción de datos que sirve para encontrar grupos homogéneos de variables a partir de un conjunto numeroso de variables. Dichos grupos se forman con las variables que se relacionan mucho entre sí. Su objetivo consiste en determinar el número de sub-variables capaces de explicar la información contenida en una investigación. Se utiliza el método de los componentes principales para determinar si se debe extraer del análisis alguna de las sub-variables propuestas; aquellas que no muestran una relación significativa, se excluyen del índice. Para realizar este análisis se empleó como herramienta el programa computacional de SPSS.

La diferencia de este análisis con otras técnicas, tales como el análisis de la varianza o de regresión, es que todas las variables tienen la misma



característica: son independientes, en el sentido de que no existe *a priori* una dependencia conceptual de unas variables sobre otras.

El análisis factorial se fundamenta en supuestos conceptuales que hacen deseable que exista una alta correlación entre las sub-variables consideradas. Como criterio de aplicación práctico, se espera que un buen número de correlaciones tengan valores mayores a +/- 0.30 entre las variables; de otra forma, este tipo de análisis puede ser inapropiado. Las correlaciones relativamente bajas tendrán una menor ponderación en la construcción de los índices (Serrato, *et. al.*, 2010).

Este análisis se basa en el coeficiente de correlación de Pearson. Dicho coeficiente puede tomar valores que van de -1 a 1. Para efectos de esta investigación, se tomó como criterio de interpretación los siguientes valores: a) de 0 = relación nula; b) de 0 a 0.2 = relación muy baja; c) de 0.2 a 0.4 =relación baja; d) de 0.4 a 0.6 = relación moderada; e) de 0.6 a 0.8 = relación alta; f) de 0.8 a 1= relación muy alta; y, g) de 1 = relación perfecta.

Para realizar el análisis de correlación, se empleó la siguiente fórmula:

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - \sum X^2][N \sum Y^2 - \sum Y^2]}}$$

Esta fórmula se desarrolla con la información obtenida de la aplicación del instrumento de medición, para determinar si existe relación entre cada una de las sub-variables definidas (ver anexo 3)

Para sustentar la correcta interpretación de los coeficientes de correlación, se realizó, en segundo lugar, un análisis de las comunalidades. La comunalidad de una variable es la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido.

El análisis de las comunalidades permite determinar los factores que deben extraerse de un análisis, si es que tienen poca capacidad explicativa en el



modelo; o viceversa, los factores que deben incluirse debido a que revelan capacidad para interpretar el modelo. Para realizarlo se utilizó como herramienta el programa computacional de SPSS.

Un aspecto importante que se considera es que los valores obtenidos por el instrumento de medición para cada una de las sub-variables y para cada uno de los indicadores, se sometieron tanto al análisis factorial y de correlación como al de las comunalidades. Aquellas sub-variables e indicadores que no presentaron capacidad explicativa en el modelo propuesto se omitieron del estudio.

La dimensión de precio se excluye del análisis de correlación por dos razones. Primero, el precio posee un carácter cuantitativo, por lo que no es correcto someterlo a un análisis con elementos de carácter cualitativo que miden el nivel de la percepción de las personas, puesto que los datos no serían homogéneos. Segundo, porque hay evidencia teórica y empírica que demuestran que el precio es un determinante de la competitividad. Por esta razón, se justifica su inclusión para la construcción del índice. El análisis factorial se utiliza exclusivamente para determinar las sub-variables e indicadores cualitativos que deben incluirse en esta investigación.

Debido a que el precio es el único indicador con características cuantitativas se le ha dado un tratamiento distinto, que consiste en lo siguiente:

- a) **Se recopila el Índice de Precios al Consumidor (IPC) para cada una de las ciudades objeto de estudio.**
- b) **Los valores del IPC se someten a un proceso de normalización.**

De acuerdo a la International Organization for Standardization (ISO, 2010), la normalización es la actividad que tiene por objeto establecer, ante problemas reales o potenciales, disposiciones destinadas a usos comunes y repetidos, con el fin de obtener un nivel de ordenamiento óptimo en un contexto dado.

La normalización es el proceso de elaboración de las normas que se aplican a distintas actividades científicas con el fin de ordenarlas. Dicho proceso se



utiliza con el objeto de establecer una escala que permita medir exactamente las variaciones entre los IPC de cada ciudad, para lo cual se establece un conjunto de reglas que permitan asegurar la integridad y la consistencia en la información.

Comprende las siguientes reglas:

- a) Se define el valor del IPC más elevado, al que le llamaremos límite superior.
- b) Al límite superior se le resta el IPC de cada ciudad para obtener la variación o distancia entre cada IPC.

$$\text{Límite superior} - \text{IPC} = x$$

Ec. 3

Donde:

x = Distancia entre IPC de cada ciudad

- a) Se saca una sumatoria de todos los valores obtenidos (x), es decir, de la sumatoria de las distancias de los IPC.

$$\sum xn = x1 + x2 + \dots xn$$

Ec. 4

- b) Se obtiene el porcentaje para cada una de las ciudades, dividiendo 100 entre la sumatoria de las distancias de los IPC; posteriormente dicho valor se multiplica por $x1, x2 \dots xn$, para obtener los valores porcentuales correspondientes a cada una de las ciudades.

Se considera el valor máximo como el “menos deseable”, mientras que el valor mínimo como el “más deseable”. Se le asigna la mayor puntuación a aquella ciudad que presenta un menor índice de precios, ya que se considera al destino más barato como el más competitivo en precios. De esta forma: a menor precio, mayor competitividad, y por tanto, mayor valor en la escala; a mayor precio, menor competitividad y menor calificación.

- c) **Se homogeneizan las escalas cualitativas y cuantitativas.**



Una vez que se determinaron las calificaciones correspondientes al precio, asignadas a cada ciudad, se procede a homogeneizar estos valores con los obtenidos por el instrumento de medición.

Dado que, la escala del instrumento de medición para indicadores cualitativos comprende valores de 1 a 4, mientras que la escala para obtener la calificación por ciudad para el precio tiene un rango de 1 a 100, es necesario homologar escalas. El objetivo de este tratamiento es homogeneizar los datos, a fin de que la dimensión cuantitativa del precio comprenda valores semejantes que las dimensiones cualitativas.

Para ello, se convierten a porcentajes los datos obtenidos en las escalas, de tal manera que representen fielmente los índices a una escala compatible: se divide el valor más alto entre 100 y luego se multiplica cada dato por el índice obtenido de la división.

Una vez que se tienen ambos indicadores similares, se procede a obtener las ponderaciones para cada una de las dimensiones.

3. Se obtienen las ponderaciones para cada una de las dimensiones.

Una vez que han quedado definidas las sub-variables que integrarán el índice y se han homogeneizado los valores obtenidos para los indicadores cualitativos y cuantitativos, se procede a calcular el peso que tendrá cada una de ellas en su construcción. Para ponderarlas, se toman los valores promedio obtenidos por el instrumento de medición utilizado para determinar la importancia otorgada a cada uno de los indicadores incluido el precio (ver anexo 1C). Dichos valores se someten al Análisis de Decisiones Multicriterio con el método denominado Proceso Jerárquico Analítico (Saaty, 1980). Este análisis permite construir un modelo jerárquico que represente el problema objeto de estudio, mediante criterios y alternativas planteadas inicialmente, para luego poder deducir, cuál o cuáles son las mejores alternativas y tomar una decisión final óptima. Con este proceso se pretende dividir una decisión compleja en un conjunto de decisiones simples, facilitando la comprensión y solución del problema propuesto.



Para realizar este análisis, se utilizó como herramienta el programa computacional de *Expert Choice*, el cual realiza una comparación de todas las dimensiones de par en par. De esta forma evalúa la importancia relativa de una dimensión sobre otra con relación al objetivo propuesto. Las evaluaciones se representan mediante matrices que enfrentan los criterios y alternativas, y arrojan relaciones de consistencia con respecto a las dimensiones comparadas. Entre más cercano a cero de encuentre la relación, mejor es la elección mostrada. Una relación de consistencia de 0.10 o inferior, se considera aceptable. Dicho programa emite los valores de ponderación correctos.

4. Se sustituyen los valores obtenidos para construir el Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad.

Una vez que se han determinado las dimensiones y sus respectivas ponderaciones, se procede a la construcción del Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad.

Dicho Índice es una suma ponderada de los índices de desempeño en cada una de las dimensiones propuestas: Infraestructura, Atracciones turísticas y culturales, Servicios, Hospedaje y alojamiento, Gastronomía, Transporte, Seguridad, Conservación del destino y Precios.

Su fórmula es la siguiente:

$$ICTCPH_x = a1IF + a2AT + a3SS + a4HA + a5GS + a6TR + a7SG + a8CD + a9PP$$

Ec. 5

Donde:

ICTCPH = Índice de Competitividad Turística de la ciudad x

IF = Dimensión de Infraestructura de la ciudad x

AT = Dimensión de Atracciones turísticas y culturales de la ciudad x

SS = Dimensión de Servicios de la ciudad x

HA = Dimensión de Hospedaje y Alojamiento de la ciudad x

GS = Dimensión de Gastronomía de la ciudad x



TR = Dimensión de Transporte de la ciudad x

SG = Dimensión de Seguridad de la ciudad x

CD = Dimensión de Conservación del destino de la ciudad x

PP = Dimensión de Precios de la ciudad x

a1, a2, a3, a4, a5, a6, a7, a8, a9 = Ponderación determinada para cada una de las dimensiones.

Cada dimensión se compone de un conjunto de indicadores, de manera que el valor de cada dimensión corresponde a la suma ponderada de sus subíndices de desempeño. De esta manera, el valor de cada una de las dimensiones se conforma de la siguiente manera:

$$IFC = a1 (ECC) + a1 (SPH)$$

Ec. 5

Donde:

EC = Espacios culturales, coloniales e históricos

SPH= Sitios declarados Patrimonio de la Humanidad

$$ATC = a2 (EC) + a2 (AE) + a3 (LH)$$

Ec. 6

Donde:

EC = Eventos culturales

AE = Actividades de esparcimiento

LH = Legado histórico

$$SS = a3 (IT) + a3 (HT) + a3 (RA) + a3 (EST)$$

Ec. 7

Donde:

IT = Información turística

HT = Hospitalidad y trato

RA = Rapidez en la atención

EST = Establecimientos de servicios turísticos



$$HA = a4 (SHA)$$

Ec. 8

Donde:

$$SHA = \text{Servicios de Hospedaje y alojamiento}$$

$$GS = a5 (HAB) + a5 (CVA)$$

Ec. 9

Donde:

$$HAB = \text{Higiene en alimentos y bebidas}$$

$$CVA = \text{Calidad y variedad de alimentos y bebidas}$$

$$TR = a6 (SCV) + a6 (VA)$$

Ec. 10

Donde:

$$SCV = \text{Sistema y capacidad vial}$$

$$VA = \text{Vías de acceso}$$

$$SG = a7 (ST)$$

Ec. 11

Donde:

$$ST = \text{Seguridad turística}$$

$$CD = a8 (LD) + a8 (EC)$$

Ec. 12

Donde:

$$LD = \text{Limpieza del destino}$$

$$EC = \text{Estado de conservación}$$

$$PP = a9 (IPC)$$

Ec. 13

Donde:



IPC = Índice de Precios al Consumidor

Construcción de la escala.

El Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad tiene una escala con valores de van de 0 a 1. Entre mayor sea el índice, mayor competitividad turística.

Fuentes del *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad.*

Los indicadores con carácter cualitativo se recopilaron de una encuesta aplicada en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad. El indicador con carácter cuantitativo se recopiló del Banco de México (BM, 2010).



II MARCO REFERENCIAL

El marco referencial que se aborda en esta investigación abarca aspectos conceptuales y referenciales de la dotación de recursos turísticos, la competitividad turística y el turismo, como se depende a continuación.

La dotación de recursos turísticos

Un determinante del turismo internacional, y que de forma permanente ejerce una influencia en su desarrollo, es la dotación de recursos.

La mayoría de los países disponen de recursos en cantidades muy importantes. Sin embargo, su valoración, en muchos casos, no permite extraer ventajas comparativas suficientes, principalmente porque la oferta de los países tradicionalmente turísticos sufre cada vez más la competencia de nuevos destinos turísticos (Vellas, 2004).

Los países pueden obtener beneficios económicos si se especializan en producir aquellos bienes que utilicen sus recursos o sus factores de producción más abundantes o de mejor calidad. Este concepto, basado en la Teoría de la Ventaja Comparativa (David Ricardo, 1818), permite explicar gran número de intercambios turísticos internacionales, ya que los recursos turísticos son el atractivo principal para el turista.

La dotación de recursos turísticos se determina por su cantidad disponible y utilizada para asegurar la producción del conjunto de bienes y servicios. Su abundancia relativa tendrá una influencia decisiva para el posicionamiento de un país en el turismo internacional.

Si entendemos el turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento o desplazamiento de un flujo de personas a sitios distintos de sus usuales lugares de residencia (Organización Mundial del Turismo, 2008), se requiere de la existencia de un factor que lo motive. Este factor de



motivación puede ser un elemento provocado por distintos ámbitos, el cual, en términos generales, se les llama recurso o atractivo turístico.

Se les llama recurso o atractivo turístico, es todo aquel elemento que provoca, incentiva o motiva el desplazamiento turístico, por lo que se convierte en un factor determinante para la elección de un destino turístico (Leno, 1993). Puede ser un elemento natural, un lugar, un objeto, un acontecimiento o hecho social, que mediante la actividad humana racional cumpla con la función de atraer turistas.

Uno de los determinantes del intercambio internacional de servicios turísticos es el precio. El diferencial de precios relativos solo puede provenir de una diferencia en las dotaciones relativas de recursos entre ellos. El precio relativo de un producto intensivo es menos elevado en los países donde ese factor es relativamente abundante, y viceversa. El teorema Heckscher–Ohlin afirma que un país dispondrá de una ventaja competitiva en la producción del bien que utilizará más intensivamente el factor por el cual tiene una abundancia relativa. De esta forma, las condiciones del intercambio internacional pueden resumirse por las diferencias de proporción de factores de producción en cada servicio intercambiado, lo cual es aplicado en los flujos turísticos, debido a que los países que disponen de dotación de recursos turísticos abundantes son países receptores de turismo, mientras que los que se encuentran en caso contrario, son países emisores (Vellas, 2004).

Los recursos turísticos son la materia prima del turismo y por tanto, el elemento fundamental de la oferta. Por ello se requiere que sean evaluados para cada uno de los destinos turísticos, a fin de determinar los distintivos que pueden satisfacer necesidades humanas y de viaje, y que tienen el potencial de atraer turistas.

La oferta turística está integrada por todos los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades. Existen varias clasificaciones de los componentes de la oferta turística.

De acuerdo a McIntosh (*et. al.*, 1983), los componentes de la oferta en el turismo son los siguientes:



- a) Recursos naturales. Cada zona geográfica se encuentra dotada de diversos recursos naturales, tales como: clima, accidentes geográficos, terreno, flora, fauna, extensiones de agua, playas, bellezas naturales y agua; los cuales son utilizados para satisfacer las necesidades de los turistas y de la población.
- b) Infraestructura. Son las construcciones subterráneas y de superficie, como red de abastecimiento de agua corriente, sistemas de drenaje, sistemas eléctricos, alcantarillado, tuberías de gas doméstico, autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, y estacionamientos, parques, iluminación nocturna, instalaciones de marinas y muelles, estaciones de autobuses y de ferrocarriles, e instalaciones similares de servicio turístico.
- c) Transportación y equipo de transporte. Se incluyen barcos, aviones, ferrocarriles, autobuses, limosinas, taxis, automóviles, funiculares y otros medios de transporte similares.
- d) Superestructura. Son las principales instalaciones de superficie a las que sirve la infraestructura como lugares de recreo, hoteles, moteles, restaurantes, centros comerciales, lugares de entretenimiento, museos, tiendas y similares.
- e) Recursos en materia de hospitalidad. Se refiere a la riqueza cultural de un lugar que hace posible el recibir debidamente a los turistas. También cuentan los recursos culturales: arte, literatura, historia, música, arte dramático, danza y compras.

De acuerdo a Vellas (2004), las dotaciones de recursos se pueden repartir en cuatro categorías principales:

- a) Recursos naturales turísticos. Se componen del espacio turístico, tales como el relieve, clima, hidrología, flora y fauna. Su importancia depende de su accesibilidad, ya que solamente con medios de acceso y de su explotación racional con fines turísticos, estos recursos constituyen recursos económicos que puedan responder a una demanda turística.
- b) Patrimonio histórico, artístico y cultural. Estos recursos permiten que un destino se diferencie más fácil y eficazmente de otros que compiten entre sí, y



determinan ciertas potencialidades del desarrollo turístico. Su importancia como factor de turismo internacional está determinada por su carácter más o menos único que permite a un país disponer de situación de monopolio. Estas dotaciones, creadas por el hombre, tienen la ventaja de poder ser renovadas o enriquecidas, por lo que este patrimonio permite constituir originales centros de interés turístico, que favorecen la creación de productos turísticos específicos y diferentes a los de los países competidores.

- c) Recursos humanos en trabajo. Constituyen un factor fundamental para el aprovechamiento de los recursos y para su explotación económica en el turismo internacional, y resultan del factor demográfico, que es uno de los elementos fundamentales del turismo internacional, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. Su importancia relativa permite explicar ciertas diferencias en la repartición de los diferentes países, pero además deben considerarse factores diferenciales entre países (culturales, lingüísticos, sociales, étnicos, religiosos), así como el grado de receptividad de la población local, ya que el comportamiento de los anfitriones puede hacer que los turistas pueden incrementar su satisfacción o no en las escalas de valor.
- d) Recursos en capital e infraestructura. Su importancia radica en la infraestructura de los equipamientos que la producción turística requiere, tales como alojamiento, transporte, acondicionamiento de los lugares de hospedaje, etc. Un país que dispone de recursos naturales turísticos importantes, pero que es pobre en capital, no desarrollará su sector turístico internacional, debido a la falta de equipamiento necesario.

De acuerdo a Torruco (*et. al.*, 1991), otra clasificación de atractivos o recursos turísticos es la que se muestra a continuación:

- a) Sitios naturales. Se componen de los lugares en los que predominan factores geográficos, climáticos o ambientales sobre los efectos del desarrollo humano. Comprende montañas (sierras, volcanes, mesetas, etc.), planicies



(llanuras, desiertos, altiplanos, etc.) y costas (playas, islas, arrecifes, bahías, etc.)

- b) Manifestaciones culturales. Son las expresiones o productos de un sistema cultural que reflejan las creencias y los valores básicos de sus miembros. Se integra por museos, obras de arte y técnica (pintura, escultura, arquitectura, artesanías, etc.), lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos.
- c) Folklore. Es la expresión de la cultura de un pueblo. Se integra por manifestaciones religiosas, ferias y mercados, músicas y danzas, artesanías y artes, comida y bebidas típicas, grupos étnicos y arquitectura popular.
- d) Realizaciones técnicas, científicas o artísticas. Comprende aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología de un lugar, con características de gran importancia y relevancia de interés turístico. Se compone por explotaciones mineras, agropecuarias, pesqueras e industriales, obras de arte y centros científicos y técnicos.
- e) Acontecimientos programados. Esta categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores; como por ejemplo eventos artísticos, deportivos, etc.

Como se puede observar, los componentes de la oferta turística conforman los recursos turísticos; todos ellos son elementos requeridos para incentivar el turismo. Así, cada destino turístico posee distintos tipos de los recursos mencionados anteriormente, los cuales conforman su oferta de productos y servicios enfocados a distintos segmentos de mercado, por lo que surgen distintos tipos de turismo. Si se considera que un recurso es un elemento capaz de motivar el desplazamiento turístico, entonces podemos aludir que un factor que atrae turistas son los distintos tipos de turismo que existen; de esta forma, se segmenta el mercado, y cada ciudad realiza su oferta turística en función de todos los recursos que lo posibilitan a tal oferta. De esta forma, a lo largo de la historia la actividad turística se ha desarrollado de manera distinta, por lo que surge el turismo alternativo, cultural, de salud, religioso, deportivo, náutico, de negocios, enoturismo, ecoturismo y de naturaleza, entre otros.



Para efectos de esta investigación, se considera como objeto de estudio a las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad, las cuales ofrecen principalmente turismo cultural, debido a que la dotación de recursos que poseen entran en de esta categoría. Por tal motivo, se analizará exclusivamente aquellos atractivos que entran en tal categoría. Se toma el enfoque de las manifestaciones culturales, folklore y acontecimientos programados propuesta por Torruco, *et. al.*(1991), la cual es utilizada de manera similar por Vellas (2004) en sus categorías de patrimonio histórico, artístico y cultural y de recursos en capital e infraestructura, así como las dimensiones de la oferta turística establecidas por McIntosh, *et., al.* (1983).

Los recursos culturales

El Turismo nacional e internacional es uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo al visitante una experiencia personal del pasado y del presente de otras sociedades. El turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la cultura. Permite captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación, generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales ya que puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente (ICOMOS, 1999).

Uno de los aspectos que permiten contactar un destino turístico con el visitante es la cultura. La Declaración de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1982) define la cultura como el total de rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a una sociedad o grupo social. Incluye no sólo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las costumbres. La cultura se manifiesta en la arquitectura y la música; en el modo de celebrar una fiesta y sus motivaciones; en las vestimentas, las danzas y bailes tradicionales, y también en técnicas originarias y únicas de cultivos o de elaboración de platillos (CONACULTA, 2009).



Los recursos culturales son aquellos conformados por la riqueza patrimonial de un destino, en términos materiales, espirituales, intelectuales o afectivos. Una expresión de este tipo de recursos se revela en los sitios y monumentos (ICOMOS, 1976).

El patrimonio turístico

Dentro de los recursos turísticos ya mencionados, también se encuentra el patrimonio turístico. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2009), el área territorial que comprende un conjunto de bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación para la satisfacción de sus necesidades turísticas se le denomina patrimonio turístico.

El patrimonio turístico de un país está formado por todos los elementos o atractivos turísticos o con que cuenta en un momento determinado; incluye todos los atractivos turísticos, tales como hospedaje, alimentación, transporte, esparcimiento, infraestructura, y servicios (Torruco, *et. al.*, 1991).

El patrimonio cultural

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores e intelectuales, así como las obras anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida; es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y las bibliotecas (CONACULTA, 2007).

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2009), el patrimonio cultural está formado por aquellos bienes culturales que la historia ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la gente les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión del mundo, de sus formas de vida y de su



manera de ser; es también el legado que se deja a las generaciones futuras. Este patrimonio es importante por ser el conducto para vincular a la gente con su historia. Encarna los valores en los que se fincan las identidades culturales y es la clave para entender a otros pueblos; contribuye a un ininterrumpido diálogo entre civilizaciones y culturas. Dicho patrimonio se clasifica en dos categorías: patrimonio cultural tangible y patrimonio cultural intangible.

El patrimonio cultural tangible

El patrimonio cultural tangible se refiere a los elementos materiales de valor monumental, artístico o simbólico que los pueblos van elaborando o edificando a través de su historia y pueden ser observados, palpados y disfrutados en el momento actual. (SECTUR, 2009). Son aquellos recursos relevantes que involucran sitios que tienen una manifestación física y representan la expresión de la identidad de los pueblos, como los restos monumentales, arquitectónicos y artísticos de las culturas. A lo largo del tiempo, los pueblos y civilizaciones generan numerosos bienes culturales, entre objetos y edificaciones, que adquieren significado e importancia conforme se desarrollan las naciones; herencia que refleja momentos históricos o manifestaciones del arte. Este patrimonio está constituido de todo tipo de objetos muebles e inmuebles que forman parte del acervo del país; todos los vestigios y objetos arqueológicos, incluyendo los restos fósiles, edificios coloniales como catedrales, conventos y haciendas, palacios de gobierno o arquitectura civil relevante por su estilo o por hechos históricos. También se manifiesta a través de manuscritos históricos, códices, obras de arte, instalaciones industriales significativas para procesos históricos o arquitectura vernácula representativa de pueblos y comunidades (SECTUR, 2002; CONACULTA, 2007)

El patrimonio cultural intangible

El patrimonio cultural intangible o inmaterial reúne las diferentes expresiones y manifestaciones de la vida de los pueblos. Se transmite de generación en generación, depende de los portadores para su existencia y es fundamental para



mantener la cohesión social entre los miembros del grupo. Se refiere a los valores no materiales que forman parte del patrimonio

Comprende las prácticas, las representaciones, las formas de expresión, el conocimiento y la habilidad que les dan un sentido de identidad y de continuidad a las gentes, grupos e individuos; es decir, las tradiciones y expresiones orales; las crónicas y leyendas; los emblemas y las figuras históricas; las fiestas y ceremonias; las representaciones teatrales y musicales; las artes, prácticas sociales, rituales y festividades; los conocimientos y prácticas acerca de la naturaleza y el universo; y la habilidad que relaciona a las destrezas tradicionales que se hereda de generación en generación; por lo que se recrea continuamente en las comunidades y grupos sociales en respuesta a su ambiente y su interacción con la naturaleza e historia. También involucra conocimientos tradicionales sobre cocina, ciclos agrícolas, herbolaria y medicina tradicional; espacios y entorno geográfico dotados de valor simbólico; expresiones dancísticas y musicales; vida y festividades religiosas y diseños en todas las artes populares y oficios artesanales. La gastronomía, las ferias populares y las artesanías, entre otros, son atractivos del patrimonio intangible; elementos básicos para el desarrollo turístico (SECTUR, 1996; UNESCO, 2004 y 2007).

La competitividad turística

Los efectos de la globalización y el desarrollo de nuevos mercados turísticos han obligado a que los sitios turísticos incrementen su competitividad a nivel internacional, a fin de tener mayores posibilidades de éxito ante los competidores. Dicha competitividad se determina por una serie de factores tangibles e intangibles, que van a generar la capacidad de un destino para competir en el mercado de bienes y servicios turísticos. Cuando se habla de competitividad turística, se refiere a la habilidad de un destino turístico de usar de manera efectiva sus recursos a largo plazo (Amaya, *et. al.*, 2008).

A nivel macroeconómico, se presenta un problema de definición de competitividad, pues cada industria y sector posee diferentes perspectivas del tema,



principalmente porque los determinantes de la competitividad son distintos para cada ámbito. De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española (2001), la competitividad consiste en la rivalidad que se tiene para la consecución de un fin. De esta forma, los rivales son aquellos que compiten entre sí en cada uno de los segmentos, para la venta de sus bienes y/o servicios, y por tanto, para la obtención de ingresos, razón por la cual, se tiene distinta percepción conceptual y referencial sobre la misma en cada área productiva.

La competitividad de un destino turístico es “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor agregado que sostienen sus recursos, al mismo tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores” (Hassan, 2000). De esta forma, la competitividad de un destino está ligada a la posición relativa de los mismos respecto a sus mercados competidores, por lo que sólo mediante su comparación, puede determinarse.

La competitividad en el sector turístico se define como la capacidad de las empresas turísticas de atraer visitantes –extranjeros o nacionales–, de tal forma que en el destino realicen un gasto que sirva para compensar los costos de desarrollo de esa actividad, así como para remunerar los capitales invertidos por encima de su costo de oportunidad (SECTUR, 2006). De esta forma, la lucha por el liderazgo internacional, se encuentra directamente relacionada con el flujo turístico. De manera contraria, cuando se produce una pérdida de competitividad turística, se alude a una evidente disminución tanto en el flujo de visitantes como en el volumen total del gasto turístico. Así, la competitividad refleja el nivel de desempeño del sector, y su prosperidad depende de la productividad con la que se produzcan servicios turísticos.

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



que el sector contiene en su respectivo mercado, respecto a sí mismo y con respecto a sus competidores.

Mientras que Flores (2008) afirma que la competitividad de un país depende de su capacidad de crear y sostener un valor añadido económico a largo plazo frente a sus competidores, por lo que la sostenibilidad es la base de la competitividad; Hassan (2000) afirma que el desarrollo de una estrategia de competitividad sostenible a largo plazo, que contemple la creación de productos con valor añadido, la protección de sus recursos, y el mantenimiento de una posición competitiva entre los destinos, permite la conservación y valorización del patrimonio turístico como una estrategia competitiva.

Dwyer, Forsyth y Rao (2000a) afirman que “la competitividad turística es un concepto general que engloba las diferencias de precios junto con los tipos de cambio, los niveles de productividad de los diversos componentes de la industria turística y los factores cualitativos que afectan el atractivo de un destino”.

La competencia turística mundial gira en torno a la atracción de flujos de turistas, debido a las implicaciones que se tienen en cuanto a captación de divisas y gasto turístico. Al hablar de la competitividad de un destino turístico, se hace referencia a su capacidad de captación de visitantes y sus respectivas implicaciones.

De esta forma, se han tratado de detectar los determinantes del turismo internacional; es decir, aquellos factores que de manera permanente ejercen una influencia en el desarrollo del turismo internacional. Estos factores se pueden estudiar a partir de un análisis empírico de la evolución de los flujos del turismo internacional, lo cual puede mostrar que ciertos factores, tales como los diferenciales de precios y tasas de interés, ejercen una influencia particularmente importante en los flujos turísticos. En estas condiciones, el análisis de los determinantes esenciales del turismo internacional tiene una importancia fundamental. El estudio económico de estos determinantes debe apoyarse en el uso de herramientas de la teoría económica, especialmente en la teoría de la especialización internacional, la cual da prioridad a las dotaciones de recursos, a los costos comparativos, a la tecnología y a la demanda



como determinantes que permiten explicar el lugar de un país en las relaciones económicas internacionales (Vellas, 2004).

La competitividad de una industria o sector puede incrementarse mediante las estrategias definidas por Porter (1987). Las estrategias de diferenciación y/o segmentación y liderazgo en costos, son enfoques que pueden incrementar la competitividad, debido a que tratan de adecuar los bienes y/o servicios a las expectativas y requerimientos del consumidor.

Una estrategia de diferenciación y/o segmentación implica el ofertar lo que el cliente desea, a fin de satisfacerlo y motivarlo al consumo. Aumenta la calidad del servicio y/o producto, y hace que éste incremente su atraktividad a un turista especializado y exigente, y por tanto, le genera un valor agregado. A largo plazo, un alto grado de distinción puede incrementar el precio, y por tanto, los ingresos del destino.

Una estrategia de liderazgo en costos, disminuye el precio y puede incrementar el flujo turístico. Se oferta al precio que el cliente desea para motivar su elección. Sin embargo, esto puede provocar un desequilibrio en la oferta y de la demanda del destino; si hay un exceso de oferta, habría una tendencia a la baja del precio, lo que podría provocar su caída, y a largo plazo, su falta de rentabilidad y de competitividad.

“El concepto de competitividad turística se refiere a un fenómeno complejo que es difícil de capturar y representar en forma directa utilizando indicadores individuales y aislados” (Mazanec, *et. al.*, 2007). Por lo mismo, “es común que la competitividad de un destino turístico sea representada utilizando índices complejos que combinan y sintetizan una variedad de elementos que están correlacionados con la capacidad de un lugar para atraer y retener visitantes el tiempo suficiente para producir el impacto económico deseado” (Blanke y Chiesa, 2008). Por esta razón, para medir la competitividad, se debe generar un índice que integre todos los factores relevantes para la misma. Su construcción está condicionada por la disponibilidad de información adecuada para la temporalidad y la escala analítica deseada. En consecuencia, el índice tiende a reflejar las especificidades de los destinos turísticos



de interés, pero también las características de las fuentes de información disponibles a nivel regional (SECTUR, 2008).

Existen atributos inherentes a toda oferta turística, que pueden servir como indicadores de la competitividad, en virtud de su capacidad de atracción turística, como por ejemplo, la infraestructura, hospedaje, restaurantes, esparcimiento, transporte, y otros servicios. Dichos atributos, de acuerdo a Serrato, *et. al.*(2008), son los valorados por el turista como los más importantes, razón por la cual serán utilizados como dimensiones para los fines de esta investigación. El análisis se acota para las categorías mencionadas en el siguiente apartado, utilizadas como indicadores que se consideran relevantes en la oferta de turismo cultural.

Atributos generadores de competitividad

Cualquier atributo, característica o recurso que tiene la capacidad de atraer turistas puede ser generador de competitividad, si éste es gestionado y promocionado adecuadamente en el mercado turístico.

A continuación se explicita en términos conceptuales el desarrollo de las nueve sub-variables y sus respectivos indicadores que contiene esta investigación, y que se les considera como generadores de competitividad turística.

Infraestructura

De acuerdo al Diccionario de la Lengua Española (2009), la infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para el funcionamiento de una organización o para el desarrollo de una actividad.

La infraestructura comprende el sistema de servicios y equipos esenciales para sostener la vida turística. Dentro de la infraestructura, se contemplan todas las instalaciones físicas que satisfacen las necesidades de los turistas (Torruco, *et. al.*, 1991).

La infraestructura permite el uso y funcionamiento de los recursos turísticos; incluye las infraestructuras relativas al transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos,



aeropuertos, etc.), comunicaciones (telefónicas, internet, etc.) energía, agua potable y servicios (Flores, 2008).

Dentro de la infraestructura de los desarrollos turísticos, deben contemplarse los contextos de los lugares declarados Sitios Patrimonio de la Humanidad (ICOMOS, 1976), como atractivos principales para el turismo cultural, debido a que en este tipo de turismo, el visitante se pone en contacto con sitios que representan valores sobre la identidad cultural, social, histórica e ideológica de un pueblo reconocido internacionalmente. Lo anterior representa un atractivo importante para aquel segmento turístico que busca disfrutar y conocer elementos distintos de su cultura.

Las tecnologías de la información, la comunicación y el transporte, en un contexto de globalización y de interdependencia económica, han provocado el incremento de la actividad turística en las últimas décadas. Los destinos turísticos se han desarrollado a través de actividades cuyo objetivo principal es satisfacer la demanda de bienes y servicios de visitantes. El turismo representa una fuente considerable de ingresos para la población local, y un alto nivel de desarrollo del mismo permite que el sector turístico destaque por la generación de empleo y derrama económica. Como consecuencia de esta dinámica, se incrementa la necesidad de crear infraestructura y equipamientos turísticos adecuados (Reyes, 2000).

Dentro de los productos turísticos que podemos encontrar en el segmento de turismo cultural, que cuentan con un alto grado de atracción turística son los Sitios declarados Patrimonio de la Humanidad y las Ciudades Coloniales.

Nuestra investigación considera a la infraestructura como una dimensión de la dotación de recursos. Se le denomina infraestructura a aquellas instalaciones, edificios, monumentos y todas las manifestaciones culturales que caracterizan a las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad y que dan vida al turismo cultural. Sus indicadores son: a) espacios turísticos, culturales y coloniales, b) sitios de interés turístico, y c) Sitios Patrimonio de la Humanidad.



Espacios turísticos, culturales y coloniales

La obra de pintores, arquitectos, fotógrafos, músicos y artistas en general, son algunos ejemplos de manifestaciones que van más allá de su belleza y trascienden como ejemplo de generaciones de artistas mexicanos y extranjeros. México cuenta con academias, museos y salas de arte donde se aprecia una tradición creativa que se remonta a épocas prehispánicas. Un ejemplo de esta herencia ancestral es el trabajo artesanal que puede observarse en textiles, barro, cestería, orfebrería y madera (SECTUR, 2009).

El factor que ha permitido que México sea el tercer país con mayor número de ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO es su arquitectura. En las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad de México, existe una gran variedad de edificios históricos, construcciones religiosas y edificaciones de origen indígena y español.

Las Ciudades Coloniales contienen un patrimonio de gran valor cultural e histórico de México, dentro del cual se considera su gran riqueza arquitectónica (ex-conventos, templos y misiones, santuarios religiosos, museos, etc.). Estas ciudades son aquellas construidas durante el periodo histórico del virreinato de la Nueva España. Las Ciudades Coloniales que tiene México son: Aguascalientes, Durango, Guadalajara, Mérida, Morelia, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tlaxcala, Guanajuato, Zacatecas, entre otras.

La riqueza museográfica de México es reconocida internacionalmente como una de las muestras más importantes del mundo. Se considera a los museos mexicanos como los mejores de Latinoamérica, y sus precios de acceso se distinguen por ser de los más bajos en el mundo. En estos sitios se presentan las expresiones artísticas, sociales y culturales del país, a través de objetos, vestigios, colecciones y exposiciones, tanto en museos como en galerías especializadas, las cuales reúnen arqueología, historia, arte y artesanías (SECTUR, 2009).



Sitios de interés turístico

La importancia de los sitios de interés radica en que complementan la oferta turística, pues su existencia permite ofertar una mayor cantidad de elementos distintivos a través de los cuales el turista puede entrar en contacto para su disfrute y conocimiento. Esto contribuye a desarrollar el potencial de un destino, e incrementa la posibilidad de captar mayor cantidad de turistas.

Sitios declarados Patrimonio de la Humanidad

Los Sitios Patrimonio de la Humanidad son declarados por la UNESCO. Este distintivo es una valoración de gran renombre internacional, que se otorga a aquellos sitios y monumentos que cuentan con un legado de valor universal, el cual es recibido del pasado, vivido en el presente, y transmitido a las generaciones futuras. Dicho legado pertenece a todos los pueblos del mundo, independientemente del territorio en que esté ubicado (Asociación Mexicana de Ciudades Patrimonio de la Humanidad).

Adquieren un nombramiento fuertemente simbólico y significativo, el cual puede ser un distintivo utilizado como un atractivo importante en el sector turístico. Tradicionalmente, los centros históricos de muchas ciudades han logrado esta denominación, incluyendo a México con sus 10 centros históricos inscritos (Arroyo, 2009).

Se considera que las Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad poseen obras y valores de su cultura de trascendencia universal, con una combinación de patrimonio de origen prehispánico y colonial, además de un patrimonio integrado por una gran riqueza arquitectónica prehispánica y colonial. México se encuentra actualmente en el sexto lugar mundial y el primero de América Latina con mayor número de denominaciones de Ciudades Patrimonio de la Humanidad; entre las cuales tenemos: Campeche, Ciudad de México, Zacatecas, Oaxaca, Querétaro, Puebla, Morelia, Guanajuato y Tlacotalpan (SECTUR, 2009). Dichas inscripciones han propiciado que nuestro país sea reconocido a nivel



internacional, y le han dado prestigio de ser una de las naciones con más sitios y ciudades culturales del mundo.

Atracciones turísticas y culturales

Los recursos turísticos motivan la visita del turista, y se complementan por las actividades y/o atracciones turísticas. Estas corresponden a la forma en la cual los destinos utilizan sus recursos para atraer visitantes y satisfacer sus necesidades de entretenimiento, esparcimiento y ocio.

Los atractivos culturales son aquellos que conforman el conjunto de recursos patrimoniales, equipamientos y servicios que ofrece un territorio dirigidos a la estimulación de las emociones físicas y psicológicas de los turistas (Izquierdo, (2002). Son importantes como forma de expandir la cultura de un pueblo. Para los fines de este estudio, se considera como atracciones culturales de esparcimiento, a las fiestas religiosas, populares, festivas y festividades que se celebran en un sitio turístico, de manera consecutiva a lo largo del tiempo, y que son difundidas a través del Sistema de Información Cultural del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA, 2009) y de la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial (ANCMPPM, 2009), para cada una de las ciudades.

La diversidad cultural es una de las fuentes del desarrollo, entendido en términos de crecimiento económico y de enriquecimiento cultural, como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria. (UNESCO, 2001). Por tal motivo, las actividades turísticas o de esparcimiento cultural brindan al visitante la oportunidad de acceder a expresiones culturales distintas a las de su entorno habitual, y son un atractivo altamente valorado por el turismo internacional. En este sentido, las motivaciones que influyen en el turista cultural, pueden estar relacionadas con la visita de monumentos históricos, sitios denominados Patrimonio de la Humanidad, espectáculos artísticos, fiestas populares y todo lo que implique el conocer distintos lugares, personas y culturas.

La combinación de la oferta turística básica (alojamiento y restauración) con las actividades y atracciones turísticas son indispensables para el desarrollo del



sector. Si además, concurren elementos del patrimonio cultural, y el destino cuenta con elementos culturales como distintivos (tales como monumentos, festivales, fiestas, etc.), supone una gran ventaja comparativa, lo que conlleva a una diferenciación de la oferta turística. Otro aspecto importante es la singularidad y genuinidad de la oferta; es decir, de todos aquellos atributos que confieren a la zona un posicionamiento único y peculiar, diferenciándola de cualquier otra, y más aún, cuando su valor se encuentra reconocido (Calderón, 2005).

Dentro de esta dimensión estamos considerando: a) los eventos culturales y de esparcimiento, y b) el legado histórico.

Eventos culturales y de esparcimiento

En México, cada año se celebran numerosas fiestas de carácter nacional y regional, de tipo religioso, cívico, artístico y cultural. Los festivales, ferias, fiestas, rituales y los usos y costumbres forman parte importante del estilo de vida y el sentir de los mexicanos; expresan la identidad del pueblo a lo largo de todo el territorio nacional. Son eventos que unen a la familia y, al mismo tiempo, reflejan la alegría y el sabor del pueblo mexicano. Su celebración ha permitido que se preserve la diversidad cultural a través del tiempo (SECTUR, 2009).

Legado histórico

Se entiende por legado histórico a aquellos recursos, tangibles o intangibles, que a través de la historia han pasado de generación en generación. Comprende los valores culturales, ideológicos y de identidad de un destino, que guardan importantes episodios de la historia de una nación. Puede estar contenido en costumbres, tradiciones, obras de arte, documentos, etc.

Servicios

Los servicios turísticos incluyen el alojamientos, los establecimientos de comidas y de bebidas, las agencias de viajes, los comercios, la venta de *souvenirs*, las comunicaciones, los seguros, los bancos y los transportes (Eumed, 2009).



El servicio turístico es percibido y evaluado de manera distinta por cada visitante y cada segmento turístico. Un aspecto importante en su evaluación es la información sobre los servicios turísticos y la hospitalidad y atención.

Los servicios culturales son mercancías distintas de las demás que se ofrecen en los mercados. Como tal, no se les da el mismo tratamiento mercadológico que al resto de mercancías o bienes de consumo. Para este tipo de productos existe una oferta creativa con una clara diferenciación en los segmentos del mercado turístico, puesto que este tipo de bienes son portadores de identidad, de valores y de sentido (UNESCO, 2001).

El paradigma turístico actual muestra que hay visitantes experimentados, a los que no les importa pagar un mayor precio si ve satisfechas sus expectativas; exige, por tanto, mayores niveles de calidad en los servicios, de autenticidad cultural y de respeto al ambiente. Busca un turismo menos masificado, más personal y, sobre todo, más activo y diversificado (Blancas, *et. al.*, 2005).

Dentro de esta dimensión se consideran los siguientes indicadores: a) la información turística, b) la hospitalidad y atención al visitante, c) la rapidez en la atención, y, d) los establecimientos de servicios turísticos.

Información turística

La información turística se refiere al conjunto de servicios que se prestan al visitante para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino. Puede ser transmitida por medios de comunicación, instancias de gobierno, prestadores de servicios turísticos, hoteles y restaurantes. Es uno de los recursos que poseen las empresas turísticas para motivar la demanda, puesto que por medio de su difusión, abren la posibilidad de que el visitante tenga contacto con la dotación de recursos turísticos locales. Su importancia radica en que difunde la oferta de satisfactores turísticos de un destino, de manera que el cliente pueda tener varias alternativas de elección en sus actividades y atractivos turísticos, y lograr un mayor grado de satisfacción.



La información es un componente esencial del turismo. Informar al turista sobre sitios, actividades, y detalles sobre el cómo, cuándo y por quién ha sido utilizado determinado recurso, o sobre su origen y valor, puede enriquecer y aumentar el grado de atractividad del mismo, de manera que la información puede otorgar un valor agregado al turismo cuando cumple con sus funciones de difusión. También despierta un interés en el visitante al proporcionarle elementos culturales y operativos del contexto del destino, tales como construcciones, eventos, conocimientos, actitudes y hábitos adquiridos por la población de un destino.

Hospitalidad y atención

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el término hospitalidad (del latín hospitalitas –tis) es ofrecer una buena acogida y recibimiento a los extranjeros o visitantes. Se le llama hospitalidad al conjunto de servicios onerosos básicos o de primera necesidad que se ofrecen a los forasteros en un lugar. La hospitalidad involucra cortesía y amabilidad en el trato que dan los residentes de un lugar a los turistas (Muñoz, 2004).

Se entiende por hospitalidad a la acogida que recibe el visitante cuando está en un destino turístico. La hospitalidad se conforma como uno de los principales factores sociales que inciden en la competitividad de los destinos turísticos (Flores, 2008).

Rapidez en la atención

Cuando el turista demanda servicios turísticos, una atención pronta y eficaz es algo altamente valorado, ya que una de las finalidades de los viajes, es satisfacer las necesidades del consumidor de la manera más amplia posible. La rapidez en la atención implica darle el servicio al turista en el momento en el que lo necesita. Esto permite que el turista pueda disponer de un mayor tiempo para el disfrute de su viaje, y debe tener una relación directa con el precio y el servicio ofertado.



Establecimientos de servicios turísticos

Los establecimientos de servicios turísticos son fundamentales para proporcionar al viajero una buena experiencia, lo cual incrementa la ventaja competitiva del destino.

Un número adecuado y bien distribuido de establecimientos facilita el consumo turístico sin que el visitante tenga que desplazarse para adquirir los bienes y/o servicios que puede necesitar y/o desear. El ofrecer además, elementos como calidad, calidez, amabilidad, cortesía, eficiencia y disposición, son aspectos que le dan sentido al servicio turístico y que hacen que un establecimiento proporcione servicios satisfactorios (Secretaría de Turismo, 2009).

Hospedaje y alojamiento

Un destino turístico exitoso depende de atracciones y comodidades que se les brinden a los visitantes. Las variadas formas de practicar el turismo han originado la creación de diversas instalaciones y servicios para alojar a los viajeros. Todos los factores que de manera general impactan el turismo repercuten directamente en la clientela de los hoteles y sitios de alojamiento (Torruco, *et. al.*, 1991).

Un establecimiento de alojamiento turístico es una instalación destinada a prestar servicios de hospedaje mediante pago, por un período no inferior a una pernoctación. Pueden ser de varios tipos:

- Hotel. Es un establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales que presta el servicio de hospedaje. Además puede contar con otros servicios adicionales, tales como servicio de recepción, espacios sociales, restaurante, bar, áreas de esparcimiento y recreación, agencias de viajes, entre otros.
- Apartamentos. Son establecimientos que ofrecen el servicio de hospedaje en departamentos amueblados, cuenta con servicio sanitario, equipo de cocina y comedor, sala de estar, entre otros; consta de dos o más cuartos ofrecidos a turistas que viajan en grupo. Se alquilan por día, semana o mes.



- Villa. Es un establecimiento que presta el servicio de hospedaje y que puede estar compuesto por un conjunto amueblado de habitaciones, cabañas o *bungalows*, casa y/o apartamentos, con no más de tres niveles de altura y áreas de servicios de alimentos y bebidas y otros servicios adicionales.
- Motel. Es un establecimiento que se ha edificado por lo general en una construcción horizontal y presta el servicio de hospedaje en habitaciones amuebladas. Generalmente se ubica fuera de las zonas urbanas, cerca o junto a carreteras o autopistas. Las habitaciones son independientes y cuentan con estacionamiento propio. Puede ofrecer servicio de alimentos y bebidas.
- Campos turísticos. Son terrenos al aire libre con espacios destinados exclusivamente a tiendas de campaña. Cuentan con instalaciones de agua potable, electricidad y gas. Pueden brindar servicios de cafetería, tienda de comestibles, baños, salas de estar, juegos y alberca.

Calidad en el hospedaje y alojamiento

Los establecimientos de hospedaje y alojamiento pueden también clasificarse de acuerdo a la calidad y diversidad de los servicios que ofrecen; por lo que pueden existir establecimientos de lujo, de primera, de segunda y de tercera clase (*ídem*).

Independientemente del tipo y categoría de los establecimientos de hospedaje y alojamiento, el turista evalúa el hospedaje y alojamiento de un destino, inherentemente valora la calidad, como elemento que relaciona el servicio proporcionado con el precio pagado y las expectativas del turista.

En preciso mantener altos niveles de calidad de alojamiento en los establecimientos hoteleros, puesto que a través de los servicios de hospedaje y alojamiento, se realizan la mayor parte de las operaciones vinculadas a la permanencia de un cliente, por lo que es prioritaria la importancia que poseen con relación a otros servicios hoteleros (González, Martínez, 2009).



Gastronomía

La gastronomía es el resultado de la influencia culinaria de diversas generaciones y tradiciones de la historia de un pueblo. La alimentación no solo tiene una importancia biológica, sino también social y cultural. Tiene un significado simbólico para cada sociedad y cada cultura, por lo que es un factor de diferenciación cultural que identifica los gustos, preferencias y hábitos de nutrición de un pueblo.

A través de la gastronomía, el turista entra en contacto con las tradiciones de una sociedad. La globalización cultural conduce a que la gastronomía trascienda geográficamente y produzca cambio en los hábitos alimentarios actuales. Las sociedades amplían su menú gastronómico, y a la vez preservan el valor de sus tradiciones culinarias como un valor cultural. “Sin su gastronomía, el destino queda sustancialmente incompleto o imperfecto como producto turístico” (Ávila, 2000).

Hay evidencia empírica que muestra que la gastronomía local constituye una forma de aumentar a oferta turística, como un producto agregado al turismo cultural (Soares, *et. al.*, 2008).

La gastronomía es un factor de diferenciación cultural que adquiere cada vez mayor importancia para la promoción de un destino turístico. Es un atractivo muy importante desde el punto de vista turístico, pues representa la posibilidad de que el atractivo de una región se centre en sus características gastronómicas (Furtado, 2004).

El patrimonio turístico involucra cada vez más la gastronomía para promover un destino y atraer flujos turísticos. El turismo y la gastronomía son inseparables, ya que el viajero no puede abstenerse de probar la cocina local (Soares, *et. al.*, 2008).

La gastronomía de México, en muchos casos, es el sostén de las fiestas y de la estructura social. La cocina mexicana tiene al menos siete mil años de antigüedad. Actualmente aún se prepara mucha comida en la misma forma y usando técnicas culinarias como lo hicieron nuestros antepasados (CONACULTA, 2009). Está basada en ingredientes prehispánicos, tales como el maíz, el chile, el frijol, la calabaza y otros más que se han combinado con algunos ingredientes europeos. En



el centro de México están presentes los restos de la cultura mexicana, importantes monumentos de la era colonial y modernas urbanizaciones. Dentro de la variedad gastronómica que el centro de México ofrece se encuentran restaurantes de auténtica cocina prehispánica, de cocina mexicana local y regional, y de cocina internacional. (Ávila, 2000).

Los establecimientos de preparación de alimentos, comúnmente llamados restaurantes, tienen una participación importante en los servicios turísticos, puesto que satisfacen la necesidad básica de subsistencia del hombre: la alimentación.

Existen diferentes tipos de restaurantes, que surgen principalmente por los requerimientos de los clientes. En aquellos sitios donde existen una numerosa corriente turística, sea nacional o internacional, habrá una tendencia a que se adopten nuevas modalidades en el servicio, en la calidad y en los alimentos. Se pueden clasificar de acuerdo al tipo de comida que ofertan -comida mexicana, internacional, vegetariana, de carnes rojas, de mariscos, etc.- o a la forma del servicio -de autoservicio, de menú y a la carta, de lujo, de primera, económico, etc.- (Torruco, *et. al.*, 1991).

En esta investigación se consideró parte de esta dimensión únicamente el indicador de la calidad, variedad e higiene de los alimentos y bebidas.

Calidad, variedad e higiene en alimentos y bebidas

La gastronomía mexicana, con 80 siglos de antigüedad, reúne los sabores de la herencia de las culturas prehispánica y española, por lo que es considerada como una de las más ricas y variadas del mundo. Por su calidad y variedad ha sido postulada ante la UNESCO como Patrimonio Inmaterial y Oral de la Humanidad (2005). A pesar de que esta petición fue denegada, a nivel internacional México es considerado como uno de los países con mayor patrimonio cultural culinario. Su valor se fundamenta en el vasto número de ingredientes que utiliza, entre los que destacan el maíz, el frijol, el chile y productos vegetales y animales propios del país, que en ocasiones se combinan con elementos de origen europeo. Las cocinas regionales, además de poseer una gran variedad y formas de preparar alimentos, se



han mestizado y enriquecido a lo largo del tiempo. Su amplia gama de técnicas y platillos, ricos en tradición, sazón, aroma y colorido, la convierten en un distintivo único y representativo de la cultura, identidad, creencias, costumbres y la cohesión de los pueblos de México (SECTUR, 2009).

La gran diversidad gastronómica de las diferentes regiones de México constituye un recurso turístico de gran riqueza; combinarlos con el legado artístico cultural y los recursos naturales permitiría ofrecer a los turistas, nuevas experiencias, sobre todo a aquellos que están inclinados a realizar el turismo cultural (SECTUR, 2004)

Transporte

Se denomina transporte (del latín *trans*, “al otro lado”, y *portare*, “llevar”) al traslado de personas o bienes de un lugar a otro. El transporte utilizado por el turista, puede ser terrestre, aéreo o marítimo. Requiere determinada infraestructura para su uso, a la cual se le llama sistema vial.

El flujo turístico corresponde a un desplazamiento del turista fuera de su entorno habitual. Dicho traslado requiere la existencia de determinado transporte, que le permita lograr sus objetivos.

Para efectos de esta investigación se consideraron parte de esta dimensión tres indicadores: a) el sistema vial, b) la capacidad vial, y c) las vías de acceso.

Sistema vial

El sistema vial es un sistema compuesto por vías aéreas, marítimas (rutas de navegación, aeropuertos, puertos) y terrestres (calles, caminos, avenidas, carreteras, autovías, autopistas, estaciones) que permite mantener comunicadas distintas ubicaciones, zonas, ciudades y localidades en un territorio, así como la normatividad que lo describe y ordena. Garantiza la funcionalidad de los destinos turísticos. Es el conjunto de infraestructura que hace posible el transporte y por los flujos que la recorren. El sistema vial tiene, dentro de sus problemas principales, una gran



densidad vehicular y un limitado número de vías, lo cual se determina por la capacidad vial de un sistema (Cal, *et. al.*, 2009).

Capacidad vial

La capacidad vial de un sistema o red vial representa la oferta que ese sistema es capaz de brindar a los usuarios (demanda). Es el máximo número de vehículos y/o peatones que pueden pasar por un punto o sección uniforme de un carril, una calzada o una acera, durante un intervalo de tiempo dado, bajo las condiciones prevalecientes de la infraestructura vial, del tránsito y de los dispositivos de control. Para determinar la capacidad vial, se requiere conocer las características de diseño de la red, y las características de los flujos vehiculares, bajo una variedad de condiciones físicas y de operación. Para enfrentar dichos problemas, se requiere la creación de un sistema de normas y señales al que los conductores puedan acatar para optimizar la seguridad y la fluidez vial, lo que obliga a un conocimiento y comprensión de las mismas, así como de otras cuestiones de seguridad vial (Cal, *et. al.*, 2009).

De esta forma, el transporte, el sistema y la capacidad vial, son aspectos que influyen en la impresión que se forma el turista de un destino, y que pueden ser determinantes para la elección del destino.

Vías de acceso

La planeación de calles, carreteras y servicios de transporte de un lugar es un aspecto fundamental para el desarrollo turístico. Es de suma importancia la conservación y señalización, tanto de los tramos carreteros como de las calles y aceras. Además, el destino debe ofrecer al turista caminos y carreteras con servicio eficiente de talleres de reparación de autos, servicios de gasolineras, servicio telefónico, servicios médicos, mapas, alimentos y bebidas, entre otros. Las señales y marcas deben incluir los principales puntos de interés de un destino, además de la información necesaria sobre servicios turísticos.

Otro punto importante es el estacionamiento. Para atraer al turista es necesario que éste pueda acceder con facilidad, tanto a los sitios de hospedaje y alojamiento como a los sitios de interés turístico. Las personas siempre buscan acudir



a los sitios a donde pueden llegar con comodidad, por lo que la vialidad y transporte es un factor de atracción turística (Torruco, *et. al.*, 1991).

Las aceras, calles y carreteras deben ser trazadas en forma que ofrezcan seguridad, tanto para los peatones y pasajeros como para los conductores de vehículos automotrices.

Seguridad

El término seguridad proviene de la palabra *securitas* del latín. Alude a la ausencia de riesgo o a la confianza en algo o alguien.

De acuerdo a Maslow (1954), todas las personas tienen la necesidad de sentir seguridad. La seguridad es una condición natural que busca todo ser humano para sobrevivir; es una necesidad que tiene el hombre como necesidad primaria.

La seguridad es una cualidad intangible que requiere tener un destino turístico. Cuando se encuentra presente en un sitio, su presencia provoca un estado de ánimo y una sensación de orden, protección, paz y estabilidad.

Los individuos generalmente presentan miedo o temor a lo desconocido, a perder el control de su vida, a ser vulnerables o débiles frente a determinadas circunstancias, o a perder, incluso, la vida misma. Cuando las personas viajan, se someten a un entorno distinto al habitual, lo que hace tener la necesidad de sentirse en un ambiente de seguridad, armonía y confort, lo cual debe existir en forma permanente en un destino turístico, así como en el acceso a él.

La integridad del medio cultural y humano es una condición fundamental del desarrollo del turismo. La seguridad, el respeto de la dignidad y la protección de los turistas son requisitos previos del desarrollo turístico. Por ese motivo, es indispensable que los destinos turísticos contemplen garantías de seguridad y la protección de los turistas y de las instalaciones turísticas. La seguridad de un destino debe acompañarse, de acuerdo al sistema jurídico de cada país, por un régimen legal de protección al turista, que faculte a los turistas para interponer recurso efectivo ante los tribunales nacionales en caso de daños causados a su persona y a sus bienes



(OMT, 1989). La fuerza policiaca local debe tener personal calificado y experiencia suficiente para controlar incidentes de violencia y mantener niveles óptimos de seguridad (Torruco, *et. al.*, 1991)

La seguridad es de suma importancia en la atracción de turistas. Los turistas toman sus decisiones de vacacionar influidos por su percepción, o bien la información obtenida, al respecto de la estabilidad social y política de las diferentes opciones turísticas, temas en los que la seguridad ciudadana destaca por su impacto (Cruz, 2009).

La seguridad es esencial para dar calidad al turismo. Más que cualquier otra actividad económica, el éxito o el fracaso de un destino turístico dependen de su capacidad para proporcionar a los visitantes un entorno seguro (OMT, 1996). Sin embargo, en la actualidad, México no posee un gobierno moderno y eficaz, que asegure el orden público, tanto en las carreteras, ciudades, y en todos aquellos espacios en donde se presenta una afluencia masiva de personas, tales como restaurantes, hoteles, estaciones, aeropuertos, mercados, estadios deportivos, centros de enseñanza, museos, etc.; factor que ha propiciado la inseguridad y que ha contribuido a una caída en el sector turístico nacional.

En el caso de México, se puede observar que en los últimos años ha habido un incremento en la inseguridad del país. A nivel internacional, según el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, en el año 2009 el país ocupó el lugar número 126 de 134 países evaluados en el rubro de seguridad; el lugar 94 en la transparencia de formulación de políticas; el lugar número 71 en costos empresariales relacionados con terrorismo; la posición número 123 en la fiabilidad de los servicios policiales; el lugar 124 en costos empresariales relacionados con crimen y violencia, y el número 115 en accidentes de tráfico (ver Tabla 17).



Tabla 17 Competitividad Internacional de la Seguridad Turística en México (2008-2011)

Indicador	Año / Posición		
	2008	2009	2011
Seguridad	122	126	128
Transparencia de formulación de políticas	76	94	56
Costos empresariales relacionados con terrorismo	53	71	112
Fiabilidad de los servicios policiales	118	123	132
Costos empresariales relacionados con crimen y violencia	119	124	132
Accidentes de tráfico	112	115	86

Fuente: Foro Económico Mundial. Cifras tomadas del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2008, 2009 y 2010.

Como puede observarse en el reporte anterior, el Estado mexicano no puede garantizar la seguridad de las personas, incluidos los visitantes, y se muestra ineficiente en el cumplimiento de sus funciones, lo cual impacta en forma negativa y de manera directa al turismo. Dicha ineficiencia es dada a conocer al turista por los medios masivos de comunicación, factor que incide desfavorablemente para México en la decisión de la elección de un destino turístico.

La importancia de la confianza del turista en los destinos es fundamental. La inseguridad genera un ambiente de incertidumbre y miedo a viajar a algunos destinos determinados, lo cual, empeora ante un contexto económico de crisis internacional. Este es el caso de algunos sitios turísticos en México.

En nuestra investigación se consideró parte de esta dimensión únicamente el indicador de la seguridad turística.

Seguridad turística

La calidad es una cuestión fundamental en la seguridad del turista. Dado que ésta aporta valor a un servicio intangible, su valoración involucra la expectativa deseada y/o esperada y la percepción del turista, la cual adopta, ya sea por



experiencia propia, o por la imagen que se tiene del destino en el exterior. Si hay una visualización positiva, entonces el turista podrá tener elementos favorables para su elección de un destino.

Es posible que las amenazas para la seguridad, las molestias y los costos asociados representen un desafío para los viajeros (OMT, 2010), lo que indica que la seguridad es uno de los factores determinantes para la competitividad turística.

Conservación del destino

La conservación de un destino tiene una singular importancia, debido a que tiende a salvaguardar y revelar los valores estéticos e históricos de un sitio.

En esta investigación se consideraron dos indicadores para medir el estado de conservación: a) estado de conservación del destino y b) limpieza urbana.

Estado de conservación

En la medida en que los destinos turísticos desarrollados envejecen, se hace necesario revitalizarlos. El conservar un sitio puede implicar un valor agregado a las áreas turísticas. Esta es una forma de atraer turistas, y obtener utilidades (Hedding, 2000).

El patrimonio es un bien de extraordinaria fragilidad cuya transformación puede resultar irreversible; su conservación es primordial, ya que, si el patrimonio cambia, se altera el devenir histórico, lo cual significa borrar la memoria histórica de una sociedad. Por esta razón, la conservación de los sitios y monumentos tiene un valor extraordinario; si alguno desaparece puede cambiar la fisonomía, historia e identidad de ese lugar (ICOMOS, 2003).

El prever la conservación de monumentos, zonas históricas, turísticas y arqueológicas, garantiza el aprovechamiento racional del Patrimonio Cultural y la adecuada preservación de aquellos sitios que, con base en su valor cultural, tienen un potencial turístico, en beneficio del desarrollo económico de la población (ICOMOS, 2002).



Limpieza urbana

La limpieza es un atributo que enaltece la belleza de un destino turístico, razón por la cual, puede potencializar o disminuir el atractivo de un sitio.

Es necesario ofrecer a los visitantes las mejores condiciones de higiene en toda su estancia en un destino, así como acceso a los servicios de salud, de prevención de enfermedades contagiosas y de accidentes (OMT, 1985).

Nivel de precios

El precio es uno de los factores más importantes para la elección de un destino turístico y para la determinación de la competitividad de los destinos turísticos. Es un elemento determinante en la elección de un destino, al evaluar la relación precio-valor. El precio es una dimensión dinámica que se encuentra relacionado con el valor percibido por el cliente, la demanda del bien/servicio turístico en cuestión y su necesidad o expectativa hacia dicho bien.

El diferencial de precios de los destinos turísticos ejercen una influencia particularmente importante en los flujos de turistas, razón por la cual, es un factor determinante en el turismo (Vellas, 2004).

Para efectos de esta investigación, el precio se consideró tanto para el análisis internacional como para el análisis local.

Para el análisis local, se consideró como único indicador el Índice de precios al consumidor.

Para el análisis internacional, en virtud de los diferentes sistemas monetarios existentes, se consideró: a) El Índice de precios al consumidor; b) Poder de paridad de compra (o cambiaria); y, c) El Tipo de cambio.

Índice de precios al consumidor

El Índice de Precios al Consumidor es un indicador estadístico que mide en un periodo determinado los cambios ocurridos en los precios de los bienes y servicios de la canasta básica que se consume en un área geográfica.



Este índice permite conocer el valor de determinados bienes en pesos actuales y pasados, de manera que expresa la variación que ha tenido la inflación respecto a un período específico.

El Índice de Precios al Consumidor muestra diferentes valores para cada sitio turístico, razón por la cual, el turista tendrá un distinto poder adquisitivo para cada sitio y, por tanto, tendrá acceso al disfrute de diferentes bienes y/o servicios. Por esta razón, este indicador es utilizado como medida de referencia para conocer los lugares más baratos para el turista.

Poder de paridad de compra

Es la relación entre los niveles de precios en distintos países y el tipo de cambio entre sus monedas (Kozikowski, 2007).

Tiene como objetivo comparar de una manera realista el nivel de vida entre distintos países, en términos de las variaciones de precios y el costo de vida de cada nación. Son las tasas de conversión monetaria que eliminan las diferencias en los niveles de precios entre países (Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico, 2009). Al tomar en cuenta los diferenciales de precio entre los países, dichas paridades permiten comparar cuáles son los países más baratos y más caros al momento de convertir las monedas según el tipo de cambio (Banco Mundial, 2008).

El Tipo de cambio

La tasa de cambio (o tipo de cambio) es el precio de una moneda extranjera en términos de una moneda nacional (Kozikowski, 2007). De acuerdo al valor que tenga una moneda, el valor adquisitivo en un destino podrá ser más favorable con relación a otro.



El turismo

El concepto de turismo se ha abordado desde diferentes definiciones; no existe alguna que sea adoptada de manera universal. Con el objeto de definir los conceptos principales que se analizan en esta investigación, se muestran a continuación:

El turismo es entendido como un fenómeno geográfico, debido a que implica el movimiento de personas, dinero y bienes en un territorio espacial, con importantes repercusiones territoriales, ambientales, culturales y socioeconómicas (Barrado, 2001). Este sector es uno de los sectores más dinámicos en la economía mundial, debido a que esta actividad tiene un importante potencial de crecimiento económico en muchos países.

En la antigüedad, los primeros traslados de la humanidad fueron realizados por motivos de supervivencia. La mayoría de los viajes que se realizaban se llevaban a cabo para realizar actividades militares, espirituales o de recreación. Después de la Segunda Guerra Mundial, los viajes empiezan a tener como objetivos el descanso, el ocio o el trabajo, por lo que el turismo internacional empieza a expandirse y a cobrar gran importancia. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (2006), desde 1950, el turismo internacional ha tenido un crecimiento continuo e importante; la cantidad de turistas de ha incrementado de 25.3 millones en 1950 a 806.8 millones en 2005. Los ingresos turísticos internacionales han pasado de 2.1 a casi 687 mil millones de dólares entre 1950 y 2005. El turismo representó en 1996 el 10.7% del PIB mundial, siendo entonces la actividad más importante de los mercados internacionales. Constantemente nacen nuevos destinos o lugares de interés.

En términos económicos, el turismo consiste en una demanda de servicios hoteleros, de alimentación, viajes, recreación, cultura y servicios, ofertados por empresas comerciales turísticas o de otro tipo. Es un sector económico, donde el objetivo principal es consumir. De esta forma, cobra especial importancia para generar ingresos a las economías locales, nacionales e internacionales; crea fuentes de empleo y atrae divisas al país que los genera, razón por la cual es un sector



coadyuvante del desarrollo económico. De acuerdo a la OMT (1994), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual⁸, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, de negocios y otros. “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a sitios distintos de sus usuales lugares de residencia, siendo el placer la motivación principal” (OMT, 2008).

Formas de turismo.

Debido a que el concepto se refiere a movimientos de personas a sitios distintos, dependiendo de si una persona viaja a, desde o dentro de un país determinado, se distinguen las siguientes formas de turismo:

- El turismo receptivo o de internación. Es la participación que realizan personas no residentes y que entran al territorio de un país destino; aquellos que rebasan la franja fronteriza o que directamente llegaron al país a cualquiera de las ciudades o destinos turísticos del interior. Son los que mayor importancia tienen para la actividad turística del país en materia de turismo internacional, debido a que presentan una mayor estadía, un mayor uso de los servicios turísticos y un mayor gasto.
- El turismo de salida. Es la participación de los residentes que viajan a otro país desde el punto de vista del país de origen.
- El turismo doméstico. Es la participación de los residentes de un país determinado que viajan dentro del mismo país.

Los movimientos de turistas que se desplazan de un lugar a otro definen el concepto de flujos turísticos; representan el enlace entre los destinos y las regiones

⁸“El entorno habitual de una persona es definido como la zona geográfica en la que ésta misma realiza sus actividades cotidianas habituales” (Guillén, 2008).



en donde se genera la demanda (Barrado, 2001). Para el análisis de estos movimientos, de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (1994), se requiere la clasificación de ciertos conceptos:

- Visitantes Internacionales. Es la totalidad de personas que se dirigen a un país diferente a donde éstas mantienen su residencia habitual, por un período no superior a 12 meses, y cuyo motivo principal de visita no es ejercer una actividad remunerada en el país visitado. Se compone de la suma de turistas internacionales y excursionistas internacionales
- Turistas Internacionales. También llamado turismo de internación, se refiere a la totalidad de turistas que pernoctan una noche o más, para ejercer cualquier actividad, salvo aquellas que son remuneradas en el lugar visitado. Son visitantes temporales que permanecen como mínimo 24 horas en el país visitado. Se compone de la suma de turismo receptivo y turismo fronterizo.
- Turismo receptivo. Son los turistas que pernoctan en el país destino y se internan al país.
- Turismo fronterizo. Son los turistas que pernoctan en la franja fronteriza del país.
- Excursionistas internacionales. Son los turistas que no pernoctan en el país y su estadía es inferior a un día. Son los visitantes internacionales que no pasan la noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. Se compone de excursionistas fronterizos y pasajeros en crucero.
- Excursionistas fronterizos. Son aquellos turistas que cruzan la frontera para hacer compras y regresan a su país sin pernoctar en el país destino.
- Pasajeros en crucero. Son los pasajeros que visitan un puerto, provenientes de un crucero sin pernoctar en el país destino.

No son consideradas como turistas, aquellas personas que: a) Se desplazan por una duración inferior a 24 horas; b) Las personas que llegan a una región con o



sin contrato de trabajo, para ocupar un empleo o ejercer una actividad profesional; c) Las personas que se desplazan para fijar su domicilio en cierta región; d) Las personas o amigos que se visitan o se quedan en establecimientos hospitalarios, y; e) Los parientes o amigos que se desplazan con motivo de un evento familiar en los límites de los días festivos reglamentarios correspondientes.

Elementos del turismo.

Las motivaciones del turismo internacional se clasifican en tres categorías principales (Vellas, 2004):

- a) Los precios; el diferencial del nivel general de precios explica en gran medida el éxito de ciertos destinos turísticos;
- b) El clima del país receptor;
- c) Los motivos personales, los cuales pueden ser de distintos tipos, tales como ocio y vacaciones, negocios, congresos y reuniones, salud, estudios y religión.

Estas motivaciones responden al flujo del mercado turístico. El mercado turístico es el lugar donde confluyen, por un lado, la oferta de productos y servicios turísticos y, por el otro, la demanda de los mismos productos y servicios turísticos (McIntosh, *et. al.*, 1983).

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público, específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

Los componentes de la oferta en el turismo son las siguientes:



- Recursos naturales. Cada zona dispone de lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos para el uso y el placer de los visitantes: clima, accidentes geográficos, terreno, flora, fauna, extensiones de agua, playas, bellezas naturales y el abastecimiento de agua potable para usos sanitarios y similares.
- Infraestructura. Son las construcciones subterráneas y de superficie, como red de abastecimiento de agua corriente, sistemas de drenaje, sistemas eléctricos, alcantarillado, tuberías de gas doméstico, autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, y estacionamientos, parques, iluminación nocturna, instalaciones de marinas y muelles, estaciones de autobuses y de ferrocarriles, e instalaciones similares de servicio turístico.
- Transportación y equipo de transporte. Se incluyen barcos, aviones, ferrocarriles, autobuses, limosinas, taxis, automóviles, funiculares y otros medios de transporte similares.
- Superestructura. incluyen las principales instalaciones de superficie a las que sirve la infraestructura como lugares de recreo, hoteles, moteles, restaurantes, centros comerciales, lugares de entretenimiento, museos, tiendas y similares.
- Recursos en materia de hospitalidad. toda la riqueza cultural de un lugar que hace posible el recibir debidamente a los turistas. Considera las manifestaciones y recursos culturales, tales como sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos. También involucran aspectos como arte, literatura, historia, música, arte dramático y danza, cultura, tecnología, además de todo el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.



Considerando que el turismo es el desplazamiento de personas que hace llegar dinero a una economía desde afuera de ella, con el mismo sentido de cualquier exportación, se analiza el gasto turístico, definido como: “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante para y durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar destino (OMT, 1995).

La clasificación de los gastos por turismo se analiza en los rubros de: viajes, vacaciones y circuitos turísticos; alojamiento; comidas y bebidas; transporte; ocio, cultura y actividades deportivas; compras y otros.

El gasto por turismo internacional debe ser analizado desde dos perspectivas:

- Ingresos del turismo receptor internacional. Se definen como los gastos efectuados en el país de acogida por los visitantes internacionales, incluido todo pago hecho por adelantado por bienes y/o servicios recibidos en el país destino. En este caso, el gasto del visitante representa un ingreso para el país destino.
- Gastos del turismo receptor internacional. Se definen como los gastos efectuados en el extranjero por los visitantes con destino a otros países, incluido todo pago hecho por adelantado por bienes y/o servicios recibidos en el país extranjero. En este caso, el gasto del visitante representa un pago para el país de origen. Los gastos de turismo internacional sólo incluyen aquellos gastos que suponen una transferencia o un gasto de una economía (un país) a otra (OMT, 1995).

Clasificación del turismo.

De acuerdo a la SECTUR (1994), en México existen varias clasificaciones de turismo:

- Turismo de naturaleza. Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas al interactuar, conocer y apreciar, estando en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la



conservación de los recursos naturales y culturales. Los tipos de turismo de naturaleza son: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

- Ecoturismo. Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma.
- Turismo de Aventura. Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.
- Turismo Rural. Los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.
- Turismo de salud. En el ámbito mundial el aprovechamiento de las aguas termales y de sus fangos, desde diversos puntos de vista, se desarrolla en forma exitosa. Parte de la población considera que estas zonas contienen tratamientos curativos diversos y tratamientos estéticos. Algunos países principalmente de Europa: Italia, Francia y España, han potenciado numerosos sitios que, desde épocas pasadas, fueron utilizados por reyes o emperadores para uso personal. Actualmente son visitados y utilizados por la demanda del turismo de salud.

México se caracteriza por poseer aguas termales esparcidas por todo el territorio nacional. Sin embargo el desarrollo de estos lugares es escaso y en muchos casos su infraestructura es deficiente, provocando que el beneficio económico sea mínimo para los habitantes de dichos sitios. Su amplio potencial en el campo de la salud y la estética, dirigido a diferentes segmentos económicos así como al aumento en las tendencias mundiales sobre esta oferta, hace que las áreas donde se localizan las aguas termales tengan la oportunidad de incrementar el turismo nacional e internacional.

- Turismo de negocios. Se refiere a aquel tipo de turismo cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Este mercado, en su variante grupal, incluye numerosos



segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes, tales como convenciones, congresos, exposiciones, ferias y viajes de incentivos, que agrupan a personas con un común denominador que puede ser su actividad profesional, su gusto o afición personal, su problemática social o económica. Este turismo es motivado para actualizar e intercambiar información sobre temas específicos de una determina actividad o por oferentes y demandantes de bienes y servicios que se congregan para establecer o mantener relaciones de negocios.

- Turismo náutico y deportivo. El turismo náutico y deportivo se convierte en una de las opciones para la diversificación del producto de sol y playa pues las actividades de pesca deportiva, yatismo y cruceros representan el motivo ideal para agregarle valor a estos destinos turísticos. Existen algunas actividades dentro de estos segmentos que no precisamente se llevan a cabo en zonas de playa, como la cinegética y la pesca deportiva en aguas interiores. Representan una oportunidad de desarrollo de comunidades rurales posibilitando aprovechar de forma sustentable los recursos naturales existentes.
- Turismo cultural. Se entiende por turismo cultural a aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico (SECTUR, 2002).

En virtud de que el turismo cultural es aquel que principalmente es ofertado por las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, se analizará de manera más particular que los anteriores.



El turismo cultural.

De acuerdo a la SECTUR (2002), se entiende por turismo cultural a aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Es la inmersión en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones.

El turismo cultural es un atractivo de especial significación para el mercado turístico internacional, capaz de generar una corriente importante de visitantes (actual o potencial), medida como un porcentaje total de la demanda de un país o de algún mercado específico (Boullón, 2003). Este tipo de turismo surge del interés de los consumidores por conocer aspectos específicos del patrimonio, el cual, lleva intrínseco el conocimiento de aspectos culturales distintos al propio, tales como aspectos materiales, espirituales e intelectuales, que caracterizan a un grupo social de determinado territorio, el cual implica elementos constructivos y monumentales (Elías, 2009).

El creciente desarrollo que ha tenido el turismo cultural en los últimos años se debe a que a través del tiempo se ha incrementado la valoración de la cultura y del patrimonio histórico y cultural, por lo que se presenta una tendencia a la elección de nuevas formas de turismo (Bedate, *et. al.*, 2001).

El turismo cultural involucra un conjunto de actividades que el turista realiza para ponerse en contacto con el patrimonio de una nación. De acuerdo a la SECTUR (2009), el patrimonio cultural es un elemento de identidad para algunos destinos turísticos, pues se convierte en un atributo diferenciador, el cual permite desarrollar actividades para los turistas y generar un valor agregado al destino; aumenta la competitividad, la estadía, el gasto y la satisfacción de los turistas y los anfitriones.

“El Turismo Cultural en México constituye un segmento de mercado con una demanda en fase de expansión; sin embargo, requiere del impulso de los bienes culturales para producir experiencias significativas en los turistas que visitan el país.



Se estima que el flujo del turismo que desarrolla actividades culturales, representa alrededor del 40 por ciento del volumen total de los turistas que viajan a México” (SECTUR, 2005).

Casi la mitad de los visitantes que llegan al país y se relaciona con sus atractivos culturales, revela la vital importancia que este segmento cobra para el fortalecimiento turístico, pues México cuenta con un notable y diverso potencial turístico debido a su historia y tradiciones, lo cual fortalece su competitividad frente a otros destinos turísticos (SECTUR, 2009)

La riqueza cultural mexicana es un conjunto único y diferenciado, que reúne zonas arqueológicas prehispánicas de antiguas culturas, ciudades coloniales, museos, pueblos mágicos y sitios declarados Patrimonio de la Humanidad, así como gastronomía, artesanías, fiestas, danzas y música. Estos son los distintivos que ofrece el sector turístico en México (Consejo de Promoción Turística en México, 2009).

La cobertura del turismo cultural implica zonas arqueológicas, ciudades histórico-culturales, sitios declarados Patrimonio de la Humanidad, santuarios religiosos que cuenten con una oferta de servicios turísticos con posicionamiento nacional e internacional y puedan conformar o incluirse en una ruta o circuito turístico. Existe una tendencia clara hacia experiencias de viaje culturales, las cuales representan una oportunidad para las ciudades históricas y coloniales de nuestro país (SIIMT, 2007).

Un importante número de los turistas que viajan en México reconocen su interés por el patrimonio cultural del país, aún y cuando su viaje no haya sido realizado por motivos estrictamente culturales. Para ellos, las actividades relacionadas con el conocimiento de las culturas locales y el disfrute de su patrimonio son un componente muy importante para su satisfacción (SECTUR, 2003).

De acuerdo al Consejo de Promoción Turística en México (2009), se identifican dos factores de motivación y satisfacción de los turistas:



- a) los atributos relacionados a la arquitectura; y
- b) los atributos relacionados con la cultura viva.

El turismo no se distribuye en el espacio de forma homogénea, sino que se localiza de manera regional, de acuerdo a diversos factores relacionados con su dotación de recursos, tales como el entorno geográfico, el clima, y su patrimonio. De esta manera se clasifican el territorio mexicano con características geográficas, económicas, sociales y turísticas similares, en cuatro regiones que ofrecen el segmento del turismo cultural (SECTUR, 2003):

- Región Norte: Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas.
- Región Occidental: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas.
- Región Central: Ciudad de México, Guerrero, Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla, y Tlaxcala.
- Región Sur – Sureste: Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

El turismo cultural, entendido como el conjunto de todas aquellas actividades que se realizan en contacto directo con el patrimonio tangible e intangible de una nación, basado en la sustentabilidad, se consolida como un elemento importante que coadyuva al desarrollo y progreso tanto de los actores que en él participan, como para las comunidades involucradas en este campo de acción. Su cobertura implica zonas arqueológicas, ciudades histórico-culturales, sitios declarados Patrimonio de la Humanidad, santuarios religiosos que cuenten con una oferta de servicios turísticos con posicionamiento nacional e internacional y puedan conformar o incluirse en una ruta o circuito turístico. Cabe mencionar que existe una tendencia clara hacia experiencias de viaje culturales, las cuales representan una oportunidad para las ciudades históricas y coloniales de nuestro país (SIIMT, 2007).

Dentro del turismo cultural, podemos distinguir tres subdivisiones del mismo:

- Turismo gastronómico. Es aquel que se realiza para conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de la región, para



conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas específicas que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional, o porque son de temporada, para conocer sus ingredientes e incluso para aprender a prepararlos; es decir, para descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias.

- Turismo religioso. Se refiere al turismo realizado por motivos de fervor y devoción religiosa, realizado principalmente a monumentos arquitectónicos, como templos, santuarios y ex conventos. Los motivos que encierra este tipo de turismo son distintos: cumplir un voto o satisfacer una promesa; pedir algún tipo de beneficio; o dar gracias por un beneficio ya recibido.
- Turismo idiomático. Se refiere al desplazamiento cuya motivación principal es aprender un idioma; en este sentido el español es un recurso turístico con un gran potencial, ya que es un idioma que cada vez adquiere mayor relevancia socioeconómica, se está convirtiendo en una herramienta indispensable para la población.



III LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DEL SECTOR TURISTICO EN MEXICO

La competencia entre los destinos turísticos es una manifestación del nuevo fenómeno de la competencia económica (Asch and Wolfe, 2001). Por lo tanto, para lograr una verdadera comprensión de acerca de la competitividad turística, es necesario examinar brevemente el contexto en el que compite el turismo y cómo este contexto ha evolucionado en la actualidad.

Esta sección contiene información referente al comportamiento del sector turístico en México. Primeramente se realiza una investigación documental, con la recopilación de información de la Organización Mundial de Turismo, del Sistema Integral de Operación Migratoria, del Foro Económico Mundial y del Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos. Se recaban y analizan cifras y aspectos que permiten denotar la posición actual del sector en la competitividad internacional, además de los indicadores macroeconómicos del mismo a nivel nacional, lo que permite generar una perspectiva general del turismo en México, el cual se detalla a manera de diagnóstico en el este capítulo. Se analizan cifras comparativas históricas, que permitan tener un panorama general acerca de las ventajas comparativas en México, recurriendo a un análisis de competitividad de la actividad turística, a nivel internacional y nacional.

Posteriormente se realiza un estudio longitudinal para comparar la competitividad del sector turístico en México con sus principales competidores a nivel internacional, tomando como principio rector de análisis el diferencial de precios; se determinan aspectos metodológicos que conducen a la construcción de Índices de Competitividad de Precios Turísticos, lo que permite comparar a México con sus principales competidores.



México en el turismo internacional

Esta sección describe la posición comparativa que guarda México a nivel internacional con respecto a sus principales competidores. Se analizan las llegadas de turistas internacionales, el gasto turístico, la captación de divisas y el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (2007, 2008, y 2009).

En las últimas décadas, los viajes de turistas internacionales a nivel mundial han tenido un importante crecimiento. En el año de 1990, viajaban 450 millones de personas, número que se incrementó a 903 millones en el año 2007. En cuanto a los ingresos, a nivel mundial, en el año de 1990 se captaron 265,000 millones de dólares, mientras que en el año 2007, la captación fue de 856,000 millones de dólares (OMT, 2008). En el año 2008, la llegada de turistas internacionales a nivel mundial llegó a 917 millones de personas; en el 2009 los turistas internacionales sufrieron una caída derivada de las crisis financieras mundiales, llegando a 881 millones de turistas. En el 2010 se tuvo una recuperación al cerrar el año con 914 millones de personas (ver tabla 18).

Los países líderes en llegadas de turistas internacionales a nivel mundial para el período de 2006-2008 son en primer y segundo lugar, países de la Unión Europea: Francia en primer lugar, con un crecimiento del 3.8% para los años de referencia; y en segundo lugar España, con un crecimiento del 4.11% del año 2005 – 2006, y del 1.7% para el año 2006 – 2007. Seguido por Estados Unidos en tercer lugar con crecimiento del 3.6% respecto del año 2005 – 2006, y con un 9.8% para los años 2006 – 2007. México ocupó en el año 2005 el séptimo lugar a nivel mundial; en el 2006 el octavo lugar; en el 2007, 2008 y 2009 el décimo lugar, con una variación decremental de un 0.3% con respecto del 2005 al 2006 y 2007, disminuyendo así su número de visitantes internacionales, mientras que del 2008 al 2010 se tuvo una variación porcentual negativa del 3.8%; caso contrario de varios de los países líderes, que han mostrado un crecimiento en su número de llegadas (ver tabla 18).



Tabla 18 Posición de México en llegadas de turistas internacionales en millones de personas (2008-2010)

Ranking 2010	2008	2009	2010	Var % 10/09
Mundial	917	881	940	6.60%
1 Francia	79.2	76.8	76.8	0.00%
2 EE. UU.	57.9	55.0	59.8	8.80%
3 China	53.0	50.9	55.7	9.40%
4 España	57.2	52.2	52.7	1.00%
5 Italia	42.7	43.2	43.6	0.90%
6 Reino Unido	30.1	28.2	28.1	-0.20%
7 Turquía	25.0	25.5	27.0	5.90%
8 Alemania	24.9	24.2	26.9	10.90%
9 Malasia	22.1	23.6	24.6	3.90%
10 México	22.6	21.5	22.3	3.80%
11 Austria	21.9	21.4	22.0	3.00%

Fuente: SIIMT, OMT, 2011.

En cuanto a las divisas por turismo internacional, se observa que Estados Unidos es el principal captador de divisas por turismo internacional, con un crecimiento del 4.8% respecto del 2005 – 2006; y del 12.8% respecto del 2006 – 2007; una variación porcentual negativa de 7.90 entre 2008 y 2010, con un ingreso de 103 miles de millones de dólares al 2010. Le sigue por España con un crecimiento del 4.7% en los años 2005 – 2006, y del 13.1% para los años 2006 – 2007; y Francia con un incremento del 16.3% para los años 2005 – 2006, y del 17.1% para los años 2006 – 2007. México se encuentra en la posición 17 en el año 2007, obteniendo una variación positiva de un 3.4% para los años 2005 – 2006, y del 5.7% respecto al 2005 – 2006. Se observa que aún y cuando la captación de divisas por turismo internacional en México ha tenido un crecimiento constante, se encuentra muy por debajo del crecimiento que han tenido los principales captadores de divisas a nivel internacional, y mientras que en el número de llegadas de turistas internacionales



México se encuentra en la posición número diez a nivel mundial, en la captación de divisas por turismo internacional se encuentra en la posición número 23 con 11.80 miles de millones de dólares, cifra igual a la que se captó en el año 2005, como se muestra a continuación:

Tabla 19 Posición de México en captación de divisas por turismo internacional en miles de millones de dólares (2008-2010)

Ranking 2010	2008	2009	2010	Var % 10/09
Mundial	939	851	918	7.90%
1 EE. UU.	110.0	94.2	103.5	9.90%
2 España	61.6	53.2	52.5	-1.30%
3 Francia	56.6	49.4	46.6	-5.70%
4 China	40.8	39.7	45.8	15.40%
5 Italia	45.7	40.2	38.8	-3.50%
6 Alemania	39.9	34.6	34.7	0.30%
7 Reino Unido	36.0	30.1	30.6	1.70%
8 Australia	24.8	25.4	30.1	18.50%
9 Hong Kong (China)	15.3	16.4	22.2	35.40%
10 Turquía	22.0	21.3	20.8	-2.30%
23 México	13.3	11.3	11.8	4.30%

Fuente: SIIMT, OMT, 2011.

A pesar de que México se encuentra en el décimo lugar a nivel mundial en recepción de llegadas de turistas internacionales, en cuanto al gasto en turismo internacional se encuentra en la posición número 31, posición que cayó desde el año 2005, en donde se ocupaba el lugar número 26, con una variación negativa del 2.1% respecto al período 2008-2010. Los países que muestran un mayor gasto en turismo internacional, son Alemania, seguido de Estados Unidos, China y Reino Unido (ver Tabla 20).



Tabla 20 Posición de México en el gasto del turismo Internacional en miles de millones de dólares (2008-2010)

Ranking 2010	2008	2009	2010	Var % 10/09
Mundial	939	851	918	7.90%
1 Alemania	91.0	81.2	77.7	-4.30%
2 EE. UU.	79.7	74.1	74.6	0.70%
3 China	36.2	43.7	54.9	25.60%
4 Reino Unido	68.5	50.1	48.6	-3.00%
5 Francia	41.4	38.4	39.4	2.60%
6 Canadá	27.2	24.2	29.5	21.90%
7 Japón	27.9	25.1	27.9	11.20%
8 Italia	30.8	27.9	27.1	-2.90%
9 Rusia	23.8	20.9	26.5	26.80%
10 Australia	18.4	17.6	22.5	27.80%
31 México	8.5	7.1	7.3	2.10%

Fuente: SIIMT, OMT, 2011.

México ocupa el sitio número 10 en llegadas de turistas internacionales; en divisas por turismo internacional el lugar número 23 y en gasto en turismo internacional la posición número 31 (ver tabla 21).



De acuerdo con la International Congress & Convention Association (ICCA, 2009), México ocupa el 27° lugar en convenciones a nivel mundial, en cuanto a número de eventos realizados, por lo que se considera uno de los destinos líderes en Turismo de Reuniones a nivel mundial.

El Instituto Nacional de Migración desde finales del 2004 instauró el Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM), el cual monitorea el ingreso de pasajeros aéreos al país. Actualmente el SIOM recaba información de 21 aeropuertos y la cobertura es cercana al 99% del total de llegadas aéreas al país. Recopila información desde el año 2005 en los aeropuertos con mayor importancia en el país. En este sistema se registra la cantidad de pasajeros que arriban a México para una nacionalidad determinada y un año seleccionado.

Tabla 21 Posición de México en turismo internacional (2005-2010)

CONCEPTO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Posición al 2010
Llegadas de Turistas Internacionales (en millones de personas)	21.9	21.4	21.4	22.6	21.5	22.3	10
Divisas por Turismo Internacional (en miles de millones de dólares)	11.8	12.2	12.9	13.3	11.3	11.8	23
Gasto en Turismo Internacional (en miles de millones de dólares)	7.6	8.1	8.4	8.5	7.1	7.3	31

Fuente: SIIMT, OMT, 2011.



Este Sistema Integral de Operación Migratoria, (SIOM, 2009), ha establecido un *ranking* de llegadas de turistas internacionales, con el fin de conocer cuáles son los países emisores de turismo a México más importantes, y las nacionalidades de cada uno de los visitantes internacionales.

De acuerdo a dicho *ranking* de llegadas de turistas internacionales del Sistema Integral de Operación Migratoria (2011), se observa que los principales países emisores de turismo de internación a México son Estados Unidos, Canadá y Reino Unido, manteniéndose como los principales emisores en los años 2007-2010. Se observa que después de éstos, un número importante de los países que tienen mayor participación de llegadas de turistas internacionales a México, pertenecen a la Unión Europea, como España, Francia, Italia, Alemania, Holanda. Asimismo, la mayor parte de los países emisores de turismo de internación a México, muestran una variación positiva; es decir, un incremento en el número de llegadas de turistas internacionales a México, respecto al período 2007-2010, con excepción de Francia, Italia, Holanda, Japón, Cuba, Corea del Sur, Bélgica y Suiza, quienes mostraron un decremento en dicho rubro en el período mencionado, como se muestra en la siguiente tabla:



DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y DOTACIÓN FACTORIAL
DE LAS CIUDADES COLONIALES MEXICANAS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
BAJO UN ESCENARIO DE PRECIOS INTERNACIONALES

Tabla 22 Llegadas de Turistas Internacionales a México por país (2007-2010)

Ranking 2010	2007	2008	2009	2010	Var. 10/08	Var. 10/09
Total	9,097,082	9,398,780	8,687,277	9,937,416	5.70%	14.40%
Estados Unidos	5,903,827	5,810,095	5,383,610	5,907,621	1.70%	9.70%
Canadá	952,81	1,135,001	1,222,410	1,460,418	28.70%	19.50%
Reino Unido	286,411	311,113	257,367	295,831	-4.90%	14.90%
España	280,089	284,512	215,669	287,163	0.90%	33.10%
Argentina	112,165	126,130	127,107	170,467	35.20%	34.10%
Francia	191,855	208,284	164,236	170,250	-18.30%	3.70%
Alemania	151,969	158,050	140,754	163,266	3.30%	16.00%
Italia	166,729	167,415	108,547	133,292	-20.40%	22.80%
Brasil	57,834	76,491	68,211	117,658	53.80%	72.50%
Colombia	59,066	67,378	68,493	102,177	51.60%	49.20%
Venezuela	62,532	82,453	83,467	84,868	2.90%	1.70%
Holanda	73,034	75,864	58,317	68,964	-9.10%	18.30%
Chile	54,259	59,634	54,179	67,661	13.50%	24.90%
Japón	71,857	69,716	52,229	66,164	-5.10%	26.70%
Costa Rica	37,958	44,580	42,107	53,152	19.20%	26.20%
Perú	27,583	29,955	33,420	50,676	69.20%	51.60%
Guatemala	37,012	43,881	52,736	50,274	14.60%	-4.70%
Portugal	38,577	37,751	26,312	48,630	28.80%	84.80%
Australia	29,474	34,007	31,499	41,992	23.50%	33.30%
Cuba	39,427	47,825	40,965	39,249	-17.90%	-4.20%
Corea del Sur	37,631	35,696	26,178	34,965	-2.00%	33.60%
Bélgica	31,540	36,202	30,173	31,188	-13.90%	3.40%
Suiza	30,762	30,334	25,090	28,675	-5.50%	14.30%
China	18,900	19,903	17,220	28,398	42.70%	64.90%
Rusia	10,000	12,021	11,600	27,136	125.70%	133.90%
Otros	232,932	394,489	345,381	407,281	3.20%	17.90%

Fuente: SIIMT, 2009.



De acuerdo a las llegadas de turistas internacionales del Sistema Integral de Operación Migratoria (2009)⁹, se observa que las principales regiones emisoras de turismo hacia México, son América del Norte, con un 73.93% de visitantes y la Unión Europea con un 14.93%; sumando entre ambas regiones un total del 88.86% del turismo de internación a México, como se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla 23 Llegadas de Turistas Internacionales a México por Región (2008)

Región	No. Visitantes	Porcentaje
América del norte	7,004,605	73.93
Europa occidental	1,414,846	14.93
Europa del este	96,405	1.02
Sudamérica	483,006	5.1
Centroamérica y Caribe	229,102	2.41
Asia	191,875	2.03
África	13,475	0.14
Oceanía	41,838	0.44
Otros	11	0
Total Turismo	9,475,163	100 %

Fuente: SIIMT, 2009.

Desglosando los datos anteriores, se observan lo siguiente: la región que tiene mayor cantidad de turismo egresivo es América del Norte, de donde proviene un 73.93% del turismo de internación. Del total del turismo de internación en México, Canadá presenta un 12.08% del turismo total, mientras que Estados Unidos participa con un 61.85%; de la Unión Europea proviene un 15.95% y de otros países tan sólo el 10.12%. Para efectos de esta investigación, se analizará el caso de Canadá, Estados Unidos y la Unión Europea, como los principales competidores en turismo de

⁹La cobertura del SIOM sobre el total de los registros migratorios aéreos para el 2008 es de aproximadamente el 86.3%, para el 2009 del 92.6%, para el 2010 del 96.6% y para el 2011 es del 98.6%



internación con México, puesto que la suma de éstos conforma el 89.88% del turismo de internación (ver tabla 24).

Tabla 24 Participación del Turismo de Internación en México por Región (2008).

Llegadas de turistas internacionales a México por región / país al 2008				
Región	No. Visitantes		Porcentaje	
América del norte	7,004,605			73.93%
Canadá		1,144,650	12.08%	
Estados Unidos		5,859,955	61.85%	
Total del Turismo de América del Norte				
Unión Europea	1,511,251			15.95%
Europa occidental		1,414,846	14.93%	
Europa del este		96,405	1.02%	
Total del Turismo de la Unión Europea				
Otros	959,307	959,307	10.12%	10.12%
Total Turismo	9,475,163	9,475,163	100.00%	100.00%

Fuente: SIIMT, 2009.

De acuerdo al reporte anual de flujos turísticos a México, se observan oscilaciones en el reporte, ya que no presenta un patrón específico de conducta. En cuanto a los visitantes internacionales, se observa una captación menor del flujo turístico a México. Del año 2000 en donde se registró un total de 105,673 turistas cayó a sólo 79,910 turistas al año 2010, es decir, un decremento de 25,772 visitantes. En cuanto a los turistas internacionales, dentro de las variaciones existentes en el período analizado, se muestra un ligero incremento del total de turistas, con 20,641 para el año 2000 y 22,395 para el año 2010. En el turismo receptivo, para el año 2000 se captaron 10,591 turistas, mientras que para el año 2010 aumentó la cifra a 12,775. En el turismo fronterizo, para el año 2000 se tuvieron 10,050 turistas, mientras que para el 2010 fueron 9,620. Para el año 2000 se captaron 85,032 excursionistas internacionales, y para el 2010 fueron 57,506; los excursionistas fronterizos para el 2008 fueron 81,565 y para el 2008 llegaron a 51,219. El rubro de



pasajeros en crucero fue el único que presenta una tendencia más constante de crecimiento, presentando para el 2000 3,467 pasajeros, y para el 2010 6,287 pasajeros, incrementándose así la cifra casi en un 80% (ver tabla 25).

Tabla 25 Flujos Turísticos Anuales en México (2002 – 2010).

Miles de turistas		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Visitantes Internacionales	Visitantes Internacionales	100,153	92,330	98,659	102,501	97,227	92,209	91,523	86,189	79,901
Turistas internacionales	Turistas internacionales	19,667	18,665	20,618	21,915	21,353	21,424	22,640	21,454	22,395
	Turismo receptivo	9,883	10,353	11,553	12,534	12,608	13,010	13,300	11,781	12,775
	Turismo fronterizo	9,784	8,312	9,065	9,381	8,745	8,414	9,338	9,673	9,620
Excursionistas Internacionales	Excursionistas Internacionales	80,487	73,664	78,041	81,231	76,348	70,810	68,825	68,717	57,506
	Excursionistas fronterizos	75,351	68,690	72,139	74,524	69,832	63,995	62,394	59,045	51,219
	Pasajeros en crucero	5,136	4,974	5,902	6,707	6,516	6,815	6,431	5,690	6,287

Fuente: SIIMT, 2009.

El reporte comparativo de Flujos turísticos a México, muestra un patrón regular para todos los meses, es decir, no se presentan incrementos o decrementos tan importantes entre cada mes, de manera que se puede deducir que el número de visitantes internacionales captados por México no dependen de los períodos vacacionales o de las temporadas específicas (ver tabla 26).

Tabla 26 Flujos Turísticos Mensuales en México (2000 – 2008)

Núm. turistas	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	Mayo	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
2000	8,397	8,411	9,182	8,650	8,366	8,737	9,078	8,907	8,481	8,819	9,095	9,550	105,673
2001	9,367	8,616	9,179	8,667	8,591	8,419	8,515	8,412	6,298	7,698	7,790	9,168	100,719
2002	9,285	8,428	8,963	8,585	8,042	7,666	7,641	7,760	7,633	8,104	8,405	9,642	100,153
2003	8,023	7,626	7,682	7,477	7,370	7,263	7,444	7,568	7,360	7,582	8,157	8,779	92,330
2004	8,070	8,035	8,568	8,296	7,995	7,476	8,158	7,997	7,632	8,156	8,293	9,983	98,659
2005	8,413	8,170	9,395	8,605	8,485	8,195	8,878	7,958	8,141	8,494	8,248	9,519	102,501
2006	8,476	7,922	8,666	8,467	8,524	7,480	8,091	7,376	7,313	7,631	7,712	9,569	97,227
2007	8,148	7,874	8,248	7,798	7,449	7,279	7,375	7,339	6,568	7,609	7,707	8,815	92,209
2008	7,845	7,787	8,555	7,568	7,620	7,495	7,820	7,279	6,392	7,223	7,462	8,477	91,523

Fuente: SIIMT, 2009.



La competitividad internacional de México en función del diferencial de precios.

En esta sección se presenta un análisis empírico para determinar la competitividad internacional de México con respecto a sus principales competidores en función del diferencial de precios, para lo cual se construye un *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*.

El *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo* (WEF, 2009) evalúa la *competitividad de precios turísticos* considerando 5 indicadores¹⁰. Sin embargo, esta investigación solamente se limita al análisis de uno de éstos, debido a las limitaciones económicas, temporales y espaciales que se tienen para realizar una investigación a este nivel.

La dimensión que se toma para esta investigación es el nivel de precios. La diferencia de este análisis con el ya realizado en el *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo*, radica en los indicadores que se utilizan para esta dimensión, como se menciona posteriormente.

La competitividad es un concepto directamente relacionado con los factores que determinan la demanda en el mercado turístico. Un factor determinante de la demanda, es el precio.

A nivel internacional, el precio refleja las ventajas comparativas que tiene un país para producir determinado bien a cierto costo, de manera que los países se especializarán en producir los bienes en los cuales el costo es el menor, respecto a otros países. Si el precio doméstico de determinado bien es bajo, en comparación con el precio mundial, entonces se tiene una ventaja comparativa, la cual puede incrementar la competitividad de un país.

¹⁰Los indicadores son: 1) índices de precios de hoteles; 2) impuestos por pasaje y aeroportuarios; 3) poder de paridad de compra; 4) precio de combustibles; y, 5) exenciones y pagos fiscales.



Los costos comparativos explican gran número de intercambios turísticos internacionales, puesto que el costo de oportunidad de una experiencia turística es un factor que incide decisivamente sobre las decisiones de compra de los turistas. El análisis de los intercambios comerciales indica una tendencia a la especialización en función de dichos costos. En el turismo internacional, a pesar de las diferencias de costos, la especialización de los países, por tipos de productos turísticos, es difícil de determinar a partir solamente de las diferencias de precios. Sin embargo, los costos comparativos son uno de los factores determinantes en la evolución del turismo internacional (Vellas, 2004).

El diferencial de precios turísticos proviene, en gran parte, del elevado nivel de los salarios en los países más desarrollados. El turismo se beneficia de este diferencial, especialmente en los países de bajos salarios próximos a los grandes emisores de turistas, tales como Estados Unidos. De este modo, este diferencial de precios es muy importante en las motivaciones de los turistas norteamericanos que visitan México y América Latina. Además, las variaciones en los tipos de cambio tienen una influencia decisiva en la evolución de los costos comparativos del turismo internacional y, por tanto, en la repartición y evolución de los flujos turísticos (*idem*).

A pesar de que a nivel internacional existe un índice de Competitividad de Precios, elaborado por el Foro Económico Mundial, y presentado dentro del mismo Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, dicho índice tiene algunas limitaciones. En primer lugar, este índice debería de construirse con un índice de Precios Turísticos, es decir, considerar en sus indicadores los precios de los bienes y servicios consumidos por los turistas. Sin embargo, no existe información disponible para este tipo de precios para todas las economías, por lo que no es viable considerarlo en la construcción del índice. En segundo lugar, se determinaron como indicadores la paridad del poder adquisitivo, los niveles de precios de combustible y los precios de hoteles. A pesar de que estos elementos son muy importantes para determinar la competitividad de un destino, no son los únicos que intervienen en el gasto turístico. La paridad del poder adquisitivo y los precios de hoteles definitivamente deben formar parte del índice de precios; sin embargo, el precio de



los combustibles no es un elemento que aprecie en forma directa el turista internacional, y por tanto, que motive su elección de un destino, o su permanencia en el mismo. Los turistas consumen alimentos, bebidas, entretenimiento, transporte, y otro tipo de productos que los ponen en contacto directo con su precio, y determinan su gasto turístico. En virtud de lo anterior, se propone el uso del Índice general de Precios al Consumidor para la construcción de un Índice de Competitividad Turística, puesto que este tipo de información se encuentra disponible en todos los países, y es información homogénea que, en cierta forma, pone en contacto al turista de tal forma que le permita distinguir de manera más objetiva cuál es el destino turístico que ofrece un menor costo.

Para realizar un análisis completo de la competitividad del precio, es necesario integrar la aportación de los precios / costos relativos en moneda nacional con la del tipo de cambio efectivo. “Los indicadores construidos a partir de precios finales no son del todo apropiados para el estudio de la competitividad, puesto que es posible que arrojen una mejora o mantenimiento de la competitividad conseguido gracias a una reducción en los márgenes de beneficios, lo que a medio y a largo plazo desviará los factores productivos hacia otras actividades, reduciendo la oferta y provocando una pérdida de cuota de mercado” (Fuster, 2003).

Por los motivos anteriores, en esta investigación se consideran los Índices de Precios al Consumidor y el Tipo de Cambio para cada una de las regiones/países seleccionados, además de la Paridad del Poder Adquisitivo, con el objeto de medir, en términos reales, cuál destino turístico es más barato para el visitante, al momento de realizar el viaje.

Existe evidencia empírica que muestra que los viajeros internacionales son sensibles al precio (Crouch, 1991), por lo que es relevante medir la competitividad de los precios en el sector turístico del país y compararlos con sus respectivos competidores, con el objeto de que los índices de competitividad obtenidos puedan servir como lineamientos generales para el incremento de la competitividad.

El marco conceptual del análisis empírico se aborda desde la perspectiva del *Poder de Paridad de Compra*, que tiene como objetivo comparar de una manera



realista el nivel de vida entre distintos países, en términos de las variaciones de precios y el costo de vida de cada nación. Son las tasas de conversión monetaria que eliminan las diferencias en los niveles de precios entre países (Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico, 2009).

La relación entre los niveles de precios en distintos países y el tipo de cambio entre sus monedas se llama poder de paridad de compra (Kozikowski, 2007).

El poder de paridad de compra se utiliza en lugar del tipo de cambio para convertir las medidas de una economía nacional en una moneda común. Al tomar en cuenta los diferenciales de precio entre los países, dichas paridades permiten comparar el tamaño de los mercados, la estructura de las economías y lo que el dinero puede comprar; estas cifras indican cuáles son los países más baratos y más caros al momento de convertir las monedas según el tipo de cambio (Banco Mundial, 2008).

Para el análisis empírico, se construyó un *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* a partir de la metodología aplicada en el Programa de Comparaciones Internacionales del Banco Mundial (Dwyer, *et. al.*, 2000; FMI, 2005).

Este *Índice* puede utilizarse para determinar, desde el punto de vista de los visitantes, la competitividad de los precios turísticos de una nación o región, en términos absolutos y relativos (Dwyer, *et al.*, 2000). También puede ser utilizado para evaluar la competitividad un destino turístico desde la perspectiva del precio del viaje de los visitantes con diferentes fines. También se puede descomponer para determinar la influencia relativa de los tipos de cambio y las tasas de inflación doméstica en la competitividad de de los destinos (Dwyer, Forsyth y Rao, 2000).

El *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* consta de tres indicadores: a) el poder de paridad de compra; b) el índice de precios al consumidor; y c) la tasa de cambio nominal.

a) El poder de paridad de compra.



El poder de paridad de compra (PPC) es un indicador económico que permite comparar el nivel de precios entre distintos países o regiones geográficas para un período determinado; debe ser ajustado por los tipos de cambio de los países en comparación. Es decir, los tipos de cambio entre las monedas de dos países se ajustan según el diferencial de inflación entre dichos países. De esta forma, es posible comparar los precios de bienes y servicios que adquieren los turistas en las distintas naciones. En general, se utiliza para eliminar el efecto de los precios en distintas unidades de moneda al compararse los niveles del PIB o renta de dos países o regiones. Las relaciones de precios de las PPC bilaterales están integradas por cocientes de los precios en moneda nacional de bienes y servicios idénticos de dos países o regiones (FMI, 2008).

El PPC es otra manera de calcular los tipos de cambio entre países mediante una comparación de los precios de bienes y servicios similares en diferentes naciones. El valor de la PPC es el monto que se necesita de una moneda para adquirir la misma cesta de bienes y servicios que se adquiriría con una unidad de la moneda de referencia (*idem*).

b) El índice de precios al consumidor.

El IPC es un índice que mide el ritmo al que los precios de los bienes y servicios de consumo cambian de un mes (o de un trimestre) a otro. Los precios se recopilan en los comercios y demás puntos de venta minoristas. El método habitual de cálculo es tomar el promedio de los cambios de los precios entre un período y otro para los distintos productos, usando como ponderaciones los montos promedio que los hogares gastan en ellos. Los IPC son estadísticas oficiales comúnmente producidas por las oficinas nacionales de estadística, los ministerios de trabajo o los bancos centrales (Organización Internacional del Trabajo, *et. al.*, 2004).

En México el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) es un indicador económico diseñado específicamente para medir el cambio promedio de los precios en el tiempo, mediante una canasta ponderada de bienes y servicios representativa del consumo de las familias urbanas de México (Banco de México, 2009).



Este indicador facilita la toma de decisiones económicas inherentes al comportamiento de los precios, puesto que brinda información a sector gubernamental, empresarial y particular sobre los cambios que tiene el costo de la vida en el país.

Las variaciones del Índice Nacional de Precios al Consumidor se interpretan como una aproximación de las variaciones de los precios de los bienes y servicios comercializados en el país, de manera que dicho índice es considerado como el indicador oficial de la inflación.

De acuerdo al Banco Mundial (2008), el índice del nivel de precios muestra cuáles son las economías más caras y más baratas. Se basa en la experiencia de los viajeros cuando hacen compras luego de convertir su propia moneda a las tasas de mercado.

c) La tasa de cambio nominal.

La tasa de cambio (o tipo de cambio) es el precio de una moneda extranjera en términos de una moneda nacional. Dicho precio es uno de los más importantes en la toma de decisiones de los negocios y el turismo internacional (Kozikowski, 2007).

El tipo de cambio generalmente se determina por las fuerzas de la oferta y la demanda, en un mercado libre y sin la intervención de las autoridades; ésto es, bajo un régimen cambiario de libre flotación (Banco de México, 2009).

“Los tipos de cambio según la PPA se usan para estimar la actividad económica agregada de todo el mundo. Como tienen en cuenta la diferencia de los niveles de los precios en los distintos países, la estimación tiende a ser más precisa que la basada en los tipos de cambio de mercado. En los países en desarrollo los precios de los bienes y servicios no comerciados suelen ser relativamente bajos, y por lo tanto la moneda local tiene más poder adquisitivo en el país que en el exterior [...]. Las conversiones basadas en los tipos de cambio de mercado por lo general infravaloran la actividad económica y el producto de un país en desarrollo en relación con los de una economía avanzada. Incluso entre las economías avanzadas, las estimaciones del PIB basadas en la PPA conciben mejor con su contribución a la



actividad económica agregada, ya que los tipos de cambio bilaterales pueden fluctuar bruscamente y distorsionar la contribución de cada país a la actividad económica mundial” (FMI, 2008).

Pasos para la construcción del *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*.

Para la construcción del Índice de Competitividad de Precios Turísticos, se siguen cuatro pasos:

1. Se seleccionan los países de origen que serán sometidos a análisis.

Dado que los visitantes de diferentes orígenes tienen diferentes patrones de compras, se toma como criterio de análisis el conjunto de mercados turísticos principales que compiten entre sí, ya que la competitividad de los precios puede ser plenamente comprendido sólo en comparación con otros destinos que los visitantes pueden elegir.

Para determinar los países competidores por turismo de internación, se recurrió a información primaria, obtenida del Sistema Integral de Operación Migratoria (2009), cuyo registro permite conocer con mayor grado de exactitud la nacionalidad de los turistas, pues refleja el registro de ingreso al país mediante la lectura electrónica del pasaporte de cada turista. De acuerdo a esta información y para los objetivos de esta investigación, se tomó como conjunto de estudio aquellos países / regiones que son susceptibles de proporcionar el 88.86% del total del turismo de internación a México, los cuales se conforman por Estados Unidos, con un 61.85%; Canadá con un 12.08%; y la Unión Europea con un 15.95% (ver gráfica 3); y a su vez, son destinos turísticos que se disputan entre sí el flujo turístico.

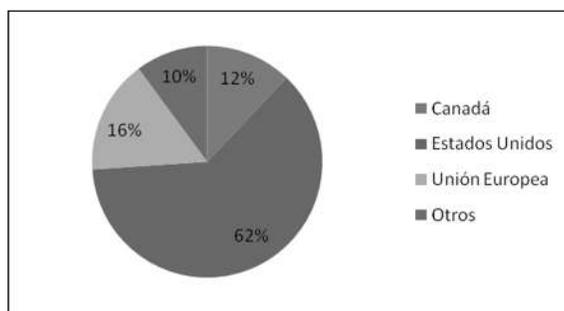
Cabe mencionar que, en el caso de la Eurozona, se toma la región entera como competidora, en virtud de que comparten la misma moneda (euro), por lo que la competitividad de precios en dicha región, en relación al tipo de cambio y al poder de paridad cambiaria con respecto a otros competidores, será la misma.



En la siguiente gráfica se observa que la participación del turismo de internación a México, es de Estados Unidos, con un 61.85%; Canadá con un 12.08% y la Unión Europea con un 15.95% del total del turismo de internación.

Siendo que, dichos países, conforman el 89.88% del total de este tipo de turismo, y que el resto se divide entre numerosos países que no representan un porcentaje significativo, se toman como unidades de observación los países o regiones de: México, Estados Unidos de América, Canadá y la Unión Europea, los cuales compiten entre sí por el número de turistas.

Gráfico 3 Participación porcentual del turismo de internación en México por país o región de origen (2008)



Fuente: Sistema Integral de Operación Migratoria, Instituto Nacional de Migración, 2009.

2. Se recopilan las cifras de la tasa de cambio nominal y los Índices de Precios al Consumidor para cada uno de los destinos mencionados.

Para la recopilación de las cifras requeridas para la construcción de los índices de precios, se utiliza como fuente de información la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2009).

Se consideran los precios generales de la canasta básica, en virtud de que no existen índices de precios para los servicios turísticos de todos los países.

Los índices de precios al consumidor y las tasas de cambio obtenidos para cada uno de los destinos mencionados son los siguientes:



Tabla 27 Tasa de cambio e Índice de Precios al Consumidor (2000 - 2008).

País/ Región	México		Estados Unidos		Canadá		Unión Europea	
	IPC	TC Peso/ dólar americano	IPC	TC Dólar/ dólar	IPC	TC Dólar cana diense/ dólar americano	IPC	TC Euro/ dólar ameri cano
2000	78,65	9,46	88,18	1,00	89,16	1,49	83,45	1,09
2001	83,65	9,34	90,67	1,00	91,41	1,55	88,19	1,12
2002	87,86	9,66	92,11	1,00	93,47	1,57	92,54	1,06
2003	91,86	10,79	94,20	1,00	96,05	1,40	95,36	0,89
2004	96,16	11,29	96,72	1,00	97,83	1,30	97,66	0,81
2005	100,00	10,90	100,00	1,00	100,00	1,21	100,00	0,80
2006	103,63	10,90	103,23	1,00	102,00	1,13	102,58	0,80
2007	107,74	10,93	106,17	1,00	104,18	1,07	105,33	0,73
2008	113,26	11,13	110,25	1,00	106,65	1,07	109,44	0,68

Fuente: OCDE, 2009.

3. Se calcula el Poder de Paridad de Compra.

Utilizando la metodología de Sadoulet y Janvry (1995), se aplicó la siguiente fórmula:

$$PPC = Tc * \frac{IPC \text{ Doméstico Año Base} / IPC \text{ Doméstico Año Final}}{IPC \text{ Externo Año Base} / IPC \text{ Externo Año Final}}$$

Ec. 1

Donde:

PPC: Precio de Paridad de compra

*Tc** representa la tasa de cambio nominal del año base

IPC doméstico año base: Índice de precios doméstico año base 2000 / 2008

IPC doméstico año final: Índice de precios año 2008

IPC externo año base: Índice de precios año base 2000 / 2008

IPC externo final: Índice de precios año 2008

4. Se ajusta el Poder de paridad de compra de cada país por los tipos de cambio de los sitios seleccionados.



Por último, el poder de paridad adquisitivo para cada país debe ser ajustado por los tipos de cambio para obtener el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*.

Para determinar el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*, se utiliza la siguiente fórmula, tomada de la metodología de Dwyer (*et. al.*, 2000).

$$PCI = \frac{\text{Tasa de Cambio Nominal}}{\text{Poder de Paridad de Compra}} \times 100$$

Ec. 2

Donde:

PCI = Índice de Competitividad de Precios Turísticos

Para la construcción del Índice de Competitividad de Precios Turísticos (PCI) para cada uno de los destinos, se sustituyen las fórmulas con los datos recopilados, siguiendo el procedimiento para comparar cada uno de los países con sus competidores para cada uno de los años analizados en el período de estudio.

El signo positivo (+) obtenido representa una variación positiva en el índice, es decir, un incremento en los valores absolutos de los índices correspondientes. El signo negativo (-) representa una variación negativa en el índice, es decir, un decremento en los valores absolutos de los índices correspondientes. Un índice superior a 100 significa que, en promedio, los precios son más altos que en el mismo país, y un índice inferior a 100 significa que los precios son relativamente más bajos (Banco Mundial, 2008).

Como se mencionó anteriormente, para la elección del año base, se consideró la exclusión del período de la crisis económica que se presentó en México a partir del año de 1994, por su negativo impacto en la devaluación del peso mexicano, en la inversión y en las fluctuaciones en los tipos de cambio e índices de precios. El año de 1998 marca el inicio de una etapa de estabilidad económica, razón por la cual se considera hasta el año 2000 como año base para la generación de los índices de competitividad.



Para objeto de esta investigación, se tomará a Estados Unidos como país de referencia comparativa de la competitividad turística, debido a que el dólar americano es la moneda de intercambio más utilizada en el mundo, y sobre la cual se basan las referencias tomadas de la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE, 2009), para los tipos de cambio y los Índices de Precios al Consumidor.

Construcción del Índice de Competitividad de Precios

Para sacar los índices de competitividad de precios (PCI) para cada uno de los destinos, se sustituyen las fórmulas con los datos recopilados, elaborando el procedimiento para comparar cada uno de los países entre sí y para cada uno de los años analizados en el período de estudio, de la siguiente manera:

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a Estados Unidos (EUA)
2008:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100 \quad \text{Ec. 1}$$

$$PPC = TcCanadá_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2008}{IPC \text{ Estados Unidos } 2000 / IPC \text{ Estados Unidos } 2008}$$

$$PPC = 1.49 \times \frac{89.16/106.65}{88.18/110.25} = 1.5574$$

$$PCI = \frac{1.49}{1.5574} \times 100 = 95.67 \quad \text{Ec. 2}$$

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a EUA 2007:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcCanadá_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2007}{IPC \text{ Estados Unidos } 2000 / IPC \text{ Estados Unidos } 2007}$$

$$PPC = 1.49 \times \frac{89.16/104.18}{88.18/106.17} = 1.5353$$



$$PCI = \frac{1.49}{1.5353} \times 100 = 97.05$$

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a EUA 2006:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcCanadá_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2006}{IPC \text{ Estados Unidos } 2000 / IPC \text{ Estados Unidos } 2006}$$

$$PPC = 1.49 \times \frac{89.16/102}{88.18/103.23} = 1.5247$$

$$PCI = \frac{1.49}{1.5247} \times 100 = 97.72$$

Tabla 28 Índice de Competitividad de Precios de Canadá - Estados Unidos (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de Canadá - Estados Unidos 2008	= 95.67
Índice de competitividad de precios de Canadá - Estados Unidos 2007	= 97.05
Índice de competitividad de precios de Canadá - Estados Unidos 2006	= 97.72

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que Canadá es menos competitivo respecto a Estados Unidos, ya que sus índices obtenidos tienen un valor menor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008.

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a la Unión Europea (UE)
2008:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$



$$PPC = TcCanadá_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2008}{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2008}$$

$$PPC = 1.49 \times \frac{89.16/106.65}{83.45/109.44} = 1.6335$$

$$PCI = \frac{1.49}{1.6335} \times 100 = 91.21$$

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a la UE 2007:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcCanadá_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2007}{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2007}$$

$$PPC = 1.49 \times \frac{89.16/104.18}{83.45/105.33} = 1.6095$$

$$PCI = \frac{1.49}{1.6095} \times 100 = 92.57$$

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a la UE 2006:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcCanadá_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2006}{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2006}$$

$$PPC = 1.49 \times \frac{89.16/102}{83.45/102.58} = 1.601$$

$$PCI = \frac{1.49}{1.601} \times 100 = 93.07$$



Tabla 29 Índice de Competitividad de Precios de Canadá - Unión Europea (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de Canadá – Unión Europea 2008	=	91.21
Índice de competitividad de precios de Canadá - Unión Europea 2007	=	92.57
Índice de competitividad de precios de Canadá - Unión Europea 2006	=	93.07

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que Canadá es menos competitivo respecto a la Unión Europea, ya sus índices obtenidos tienen un valor menor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008.

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a México 2008:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2008}{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2008}$$
$$PCI = 1.49 \times \frac{89.16/106.65}{78.65/113.26} = 1.7937$$
$$PCI = \frac{1.49}{1.7937} \times 100 = 83.06$$

Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a México 2007:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2007}{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2007}$$
$$PCI = 1.49 \times \frac{89.16/104.18}{78.65/107.74} = 1.7468$$
$$PCI = \frac{1.49}{1.7468} \times 100 = 85.30$$



Índice de competitividad de precios de Canadá respecto a México 2006:

$$PCI = \frac{TcCanadá_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2006}{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2006}$$

$$PCI = 1.49 \times \frac{89.16/102}{78.65/103.63} = 1.7161$$

$$PCI = \frac{1.49}{1.7161} \times 100 = 86.82$$

Tabla 30 Índice de Competitividad de Precios de Canadá - México (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de Canadá – México 2008	=	83.06
Índice de competitividad de precios de Canadá - México 2007	=	85.30
Índice de competitividad de precios de Canadá - México 2006	=	86.82

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que Canadá es menos competitivo respecto a México, ya sus índices obtenidos tienen un valor menor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008.

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a Canadá 2008:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC \text{ EUA } 2000 / IPC \text{ EUA } 2008}{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2008}$$

$$PCI = 1 \times \frac{88.18/110.25}{89.16/106.65} = 0.95671$$

$$PCI = \frac{1}{0.95671} \times 100 = 104.52$$



Índice de competitividad de precios de EUA respecto a Canadá 2007:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC\text{EUA } 2000/IPC\text{EUA } 2007}{IPC\text{Canadá } 2000/IPC\text{Canadá } 2007}$$

$$PCI = 1 \times \frac{88.18/106.17}{89.16/104.18} = 0.97047$$

$$PCI = \frac{1}{0.97047} \times 100 = 103.04$$

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a Canadá 2006:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC\text{EUA } 2000/IPC\text{EUA } 2006}{IPC\text{Canadá } 2000/IPC\text{Canadá } 2006}$$

$$PCI = 1 \times \frac{88.18/103.23}{89.16/102} = 0.9772$$

$$PCI = \frac{1}{0.9772} \times 100 = 102.33$$

Tabla 31 Índice de Competitividad de Precios de Estados Unidos - Canadá (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de Estados Unidos - Canadá 2008	=	104.52
Índice de competitividad de precios de Estados Unidos - Canadá 2007	=	103.04
Índice de competitividad de precios de Estados Unidos - Canadá 2006	=	102.33

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que Estados Unidos es más competitivo respecto a Canadá, ya sus índices obtenidos tienen un valor mayor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008. Cabe mencionar que estos



resultados coinciden con los índices obtenidos para Canadá respecto a Estados Unidos, detallados anteriormente, en donde los valores obtenidos para Canadá son menor a 100, por lo que se cumple la relación inversa entre la competitividad de ambos países.

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a la UE 2008:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2008}{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2008}$$

$$PCI = 1 \times \frac{88.18/110.25}{83.45/106.65} = 1.0221$$

$$PCI = \frac{1}{1.0221} \times 100 = 97.83$$

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a la UE 2007:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2007}{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2007}$$

$$PCI = 1 \times \frac{88.18/106.17}{83.45/105.33} = 1.0483$$

$$PCI = \frac{1}{1.0483} \times 100 = 95.39$$

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a la UE 2006:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcEUA_{2000} \times \frac{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2006}{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2006}$$



$$PCI = 1 \times \frac{88.18/103.23}{83.45/102.58} = 1.05$$

$$PCI = \frac{1}{1.05} \times 100 = 95.24$$

Tabla 32 Índice de Competitividad de Precios Estados Unidos - Unión Europea
(2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de EUA–Unión Europea 2008	= 97.83
Índice de competitividad de precios de EUA–Unión Europea 2007	= 95.39
Índice de competitividad de precios de EUA–Unión Europea 2006	= 95.24

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que Estados Unidos es menos competitivo respecto a la Unión Europea, ya sus índices obtenidos tienen un valor menor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008.

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a México 2008:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC \text{ EUA } 2000 / IPC \text{ EUA } 2008}{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2008}$$

$$PCI = 1 \times \frac{88.18/110.25}{78.65/113.26} = 1.1517$$

$$PCI = \frac{1}{1.1517} \times 100 = 86.82$$

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a México 2007:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$



$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2007}{IPC\ México\ 2000/IPC\ México\ 2007}$$

$$PCI = \frac{1}{1.1377} \times 100 = 87.89$$

Índice de competitividad de precios de EUA respecto a México 2006:

$$PCI = \frac{TcEUA_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2006}{IPC\ México\ 2000/IPC\ México\ 2006}$$

$$PCI = 1 \times \frac{88.18/103.23}{78.65/103.63} = 1.1255$$

$$PCI = \frac{1}{1.1255} \times 100 = 88.85$$

Tabla 33 Índice de Competitividad de Precios de Estados Unidos – México (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de Estados Unidos –México 2008	= 86.82
Índice de competitividad de precios de Estados Unidos - México 2007	= 87.89
Índice de competitividad de precios de Estados Unidos - México 2006	= 88.85

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que Estados Unidos es menos competitivo respecto a México, ya sus índices obtenidos tienen un valor menor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, 2008.



Índice de competitividad de precios de la UE respecto a Canadá 2008:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2008}{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2008}$$
$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/109.44}{89.16/106.65} = 0.9941$$
$$PCI = \frac{1.09}{0.9941} \times 100 = 109.64$$

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a Canadá 2007:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2007}{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2007}$$
$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/105.33}{89.16/104.18} = 1.009$$
$$PCI = \frac{1.09}{1.009} \times 100 = 108.02$$

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a Canadá 2006:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2006}{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2006}$$
$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/102.58}{89.16/102} = 1.0144$$
$$PCI = \frac{1.09}{1.0144} \times 100 = 107.45$$



Tabla 34 Índice de Competitividad de Precios de la Unión Europea – Canadá (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de la Unión Europea – Canadá 2008	=	109.64
Índice de competitividad de precios de la Unión Europea – Canadá 2007	=	108.02
Índice de competitividad de precios de la Unión Europea – Canadá 2006	=	107.45

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que la Unión Europea es más competitiva respecto a Canadá, ya sus índices obtenidos tienen un valor mayor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008. Cabe mencionar que estos resultados coinciden con los índices obtenidos para Canadá respecto a la Unión Europea, detallados anteriormente, en donde los valores obtenidos para Canadá son menor a 100, por lo que se cumple la relación inversa entre la competitividad de ambos países.

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a EUA 2008:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2008}{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2008}$$
$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/109.44}{88.18/110.25} = 1.0391$$
$$PCI = \frac{1.09}{1.0391} \times 100 = 104.89$$

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a EUA 2007:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$



$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2007}{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2007}$$

$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/105.33}{88.18/106.17} = 1.0397$$

$$PCI = \frac{1.09}{1.0397} \times 100 = 104.83$$

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a EUA 2006:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2006}{IPC\ EUA\ 2000/IPC\ EUA\ 2006}$$

$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/102.58}{88.18/103.23} = 1.038$$

$$PCI = \frac{1.09}{1.038} \times 100 = 105$$

Tabla 35 Índice de Competitividad de Precios de la Unión Europea – Estados Unidos
(2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de Unión Europea - EUA 2008	= 104.89
Índice de competitividad de precios de Unión Europea - EUA 2007	= 104.83
Índice de competitividad de precios de Unión Europea - EUA 2006	= 105.00

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que la Unión Europea es más competitiva respecto a Estados Unidos, ya sus índices obtenidos tienen un valor mayor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008. Cabe mencionar que estos resultados coinciden con los índices obtenidos para la Unión Europea respecto a Estados Unidos, detallados anteriormente, en donde los valores obtenidos



para Estados Unidos son menor a 100, por lo que se cumple la relación inversa entre la competitividad de ambas regiones.

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a México 2008:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2008}{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2008}$$
$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/109.44}{78.65/113.26} = 1.1968$$
$$PCI = \frac{1.09}{1.1968} \times 100 = 91.07$$

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a México 2007:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2007}{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2007}$$
$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/105.33}{78.65/107.74} = 1.1829$$
$$PCI = \frac{1.09}{1.1829} \times 100 = 92.14$$

Índice de competitividad de precios de la UE respecto a México 2006:

$$PCI = \frac{TcUE_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$
$$PPC = TcUE_{2000} \times \frac{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2006}{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2006}$$
$$PCI = 1.09 \times \frac{83.45/102.58}{78.65/103.63} = 1.1683$$



$$PCI = \frac{1.09}{1.1683} \times 100 = 93.29$$

Tabla 36 Índice de Competitividad de Precios de la Unión Europea – México (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de Unión Europea – México 2008	= 91.07
Índice de competitividad de precios de Unión Europea - México 2007	= 92.14
Índice de competitividad de precios de Unión Europea – México 2006	= 93.29

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que la Unión Europea es menos competitiva respecto a México, ya sus índices obtenidos tienen un valor menor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008.

Índice de competitividad de precios de México respecto a Canadá 2008:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2008}{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2008}$$

$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/113.264}{89.16/106.65} = 7.857$$

$$PCI = \frac{9.46}{7.857} \times 100 = 120.39$$

Índice de competitividad de precios de México respecto a Canadá 2007:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2007}{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2007}$$



$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/107.74}{89.16/104.18} = 8.069$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.069} \times 100 = 117.24$$

Índice de competitividad de precios de México respecto a Canadá 2006:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2006}{IPC \text{ Canadá } 2000 / IPC \text{ Canadá } 2006}$$

$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/103.63}{89.16/102} = 8.213$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.213} \times 100 = 115.17$$

Tabla 37 Índice de Competitividad de Precios de México – Canadá (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de México – Canadá 2008	=	120.39
Índice de competitividad de precios de México – Canadá 2007	=	117.24
Índice de competitividad de precios de México – Canadá 2006	=	115.17

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que México es más competitivo respecto a Canadá, ya sus índices obtenidos tienen un valor menor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008. Cabe mencionar que estos resultados coinciden con los índices obtenidos para Canadá respecto a México, detallados anteriormente, en donde los valores obtenidos para Canadá son menor a 100, por lo que se cumple la relación inversa entre la competitividad de ambos países.



Índice de competitividad de precios de México respecto a EUA 2008:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2008}{IPC \text{ EUA } 2000 / IPC \text{ EUA } 2008}$$

$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/113.264}{88.18/110.25} = 8.2133$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.2133} \times 100 = 115.18$$

Índice de competitividad de precios de México respecto a EUA 2007:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2007}{IPC \text{ EUA } 2000 / IPC \text{ EUA } 2007}$$

$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/107.74}{88.18/106.17} = 8.314$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.314} \times 100 = 113.67$$

Índice de competitividad de precios de México respecto a EUA 2006:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2007}{IPC \text{ EUA } 2000 / IPC \text{ EUA } 2007}$$

$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/103.63}{88.18/103.23} = 8.405$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.405} \times 100 = 112.55$$



Tabla 38 Índice de Competitividad de Precios de México – Estados Unidos (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de México – Estados Unidos 2008	=	115.18
Índice de competitividad de precios de México – Estados Unidos 2007	=	113.67
Índice de competitividad de precios de México – Estados Unidos 2006	=	112.55

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que México es más competitivo respecto a Estados Unidos, ya sus índices obtenidos tienen un valor mayor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008. Cabe mencionar que estos resultados coinciden con los índices obtenidos para Estados Unidos respecto a México, detallados anteriormente, en donde los valores obtenidos para Estados Unidos son menor a 100, por lo que se cumple la relación inversa entre la competitividad de ambos países.

Índice de competitividad de precios de México respecto a la UE 2008:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC\ México\ 2000/IPC\ México\ 2008}{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2008}$$

$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/113.264}{83.45/109.44} = 8.615$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.615} \times 100 = 103.81$$

Índice de competitividad de precios de México respecto a la UE 2007:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC\ México\ 2000/IPC\ México\ 2007}{IPC\ UE\ 2000/IPC\ UE\ 2007}$$



$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/107.74}{83.45/105.33} = 8.7164$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.7164} \times 100 = 108.53$$

Índice de competitividad de precios de México respecto a la UE 2006:

$$PCI = \frac{TcMéxico_{2000}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

$$PPC = TcMéxico_{2000} \times \frac{IPC \text{ México } 2000 / IPC \text{ México } 2006}{IPC \text{ UE } 2000 / IPC \text{ UE } 2006}$$

$$PCI = 9.46 \times \frac{78.65/103.63}{83.45/102.58} = 8.7997$$

$$PCI = \frac{9.46}{8.7997} \times 100 = 104.50$$

Tabla 39 Índice de Competitividad de Precios de México – Unión Europea (2006 – 2008)

Índice de competitividad de precios de México – Canadá 2008	=	103.81
Índice de competitividad de precios de México – Canadá 2007	=	108.53
Índice de competitividad de precios de México – Canadá 2006	=	104.50

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo a este resultado, medido a través del índice de Competitividad de Precios Turísticos, se señala que México es más competitivo respecto a la Unión Europea, ya sus índices obtenidos tienen un valor mayor que 100, para todos los años analizados, correspondientes al año 2006, 2007, y 2008. Cabe mencionar que estos resultados coinciden con los índices obtenidos para la Unión Europea respecto a México, detallados anteriormente, en donde los valores obtenidos para Canadá son menor a 100, por lo que se cumple la relación inversa entre la competitividad de ambas regiones.



A raíz de los valores encontrados anteriormente se pueden generar tablas a manera de resumen, en donde se compare el Índice de Competitividad de Precios (PCI) por un año específico.

En las siguientes tablas, se observa la primera columna que muestra al país de referencia, y se compara el índice contra cada uno del resto de los países enlistados en la primera fila.

En la tabla 37 se aprecia el comparativo correspondiente al año 2008, en donde se observa que Canadá es el país menos competitivo en precios con respecto a sus competidores; Estados Unidos muestra un valor arriba que Canadá, pero se encuentra por debajo que la Unión Europea y México; la Unión Europea muestra un índice mayor que Canadá y Estados Unidos pero menor que México; y, por último, México se encuentra con valores superiores a 100 contra su competencia, lo que indica una mayor competitividad de precios en el año 2008.

Tabla 40 Comparativo de Índices de Competitividad de Precios (2008)

País	Canadá	EUA	UE	México
Canadá	-	95.67	91.21	83.06
EUA	104.52	-	97.83	86.82
UE	109.64	104.89	-	91.07
México	120.39	115.18	109.8	-

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

En la siguiente tabla, correspondiente al año 2007, se aprecia lo siguiente: Canadá muestra valores inferiores a todos sus competidores; Estados Unidos se encuentra reflejando una competitividad de precios superior a Canadá pero inferior a la Unión Europea y México; la Unión Europea está por arriba de Canadá y Estados Unidos; y, México presenta una superioridad en los valores del índice contra todos sus competidores.



Tabla 41 Comparativo de Índices de Competitividad de Precios (2007)

País	Canadá	EUA	UE	México
Canadá	-	97.05	92.57	85.30
EUA	103.04	-	95.39	87.89
UE	108.02	104.83	-	92.14
México	117.24	113.77	108.5	-

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

Para el año 2006, los valores obtenidos para Canadá se encontraron por debajo de todos sus competidores; los de Estados Unidos por arriba de Canadá y por debajo de la Unión Europea y México; los de la Unión Europea son superiores a Canadá y Estados Unidos e inferiores a México; y, por último, México vuelve a denotar valores superiores a sus competidores.

Tabla 42 Comparativo de Índices de Competitividad de Precios (2006)

País	Canadá	EUA	UE	México
Canadá	-	97.72	93.07	86.82
EUA	102.33	-	95.24	88.85
UE	107.45	105	-	93.29
México	115.17	112.55	107.50	-

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

En la tabla 44 se aprecia la variación porcentual correspondiente a cada país, obtenido en el *Índice de Competitividad de Precios*, la cual refleja lo siguiente:

Canadá, a pesar de mostrar un rezago importante en la competitividad de precios, muestra una tendencia incremental en sus valores porcentuales con respecto a todos sus competidores. Esto significa que, para todo el período analizado, a pesar



de encontrarse por en desventaja, ha ido ganando terreno en cuanto a competitividad de precios se refiere.

Estados Unidos presenta un decremento en el índice con respecto a Canadá y la Unión Europea, pero no así con respecto a México.

En la Unión Europea se observa un decremento con respecto a Canadá y un incremento con respecto a la Unión Europea y México.

México presenta un decremento más significativo con respecto a Canadá y Estados Unidos, y un incremento porcentual en el índice únicamente con respecto a la Unión Europea.

Tabla 43 Variación Porcentual del Índice de Competitividad de Precios (2006-2008)

País	Canadá	EUA	UE	México
Canadá	-	2.098	2.01	4.33
EUA	-2.14	-	-2.72	2.28
UE	-2.04	1.10	-	2.38
México	-4.53	-2.34	0.66	-

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

Tras un breve análisis de la tabla anterior, se puede observar el cambio porcentual en el PCI ha variado de manera más negativa en México.

De manera resumida, los resultados encontrados en el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* se destaca que, en orden de mayor a menor, el país que denota una mayor competitividad de precios es México, seguido de la Unión Europea, Estados Unidos y, por último, Canadá.



IV LAS CIUDADES COLONIALES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

Este capítulo presenta una investigación documental descriptiva referente a las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad. Se definen y exponen sus principales atributos y características que las definen como tales. Posteriormente, se ahonda en la descripción de los principales recursos turísticos y criterios de designación como Patrimonio de la Humanidad, a las ciudades de Querétaro, Guanajuato, Morelia, Zacatecas y Puebla.

Las Ciudades Coloniales

Cuando las naves comandadas por Cristóbal Colón desembarcaron en América, comenzó el llamado “encuentro de dos mundos”. “El Viejo Mundo, formado por tres continentes conectados entre sí: África, Asia y Europa empezó a relacionarse con el que después sería conocido como América o el Nuevo Mundo. Eran dos partes del planeta – dos mundos – que durante milenios no habían tenido prácticamente ningún contacto entre sí” (Muriá, 2010).

“A partir del desembarco de Hernán Cortés en lo que más tarde sería Veracruz, se inició la aventura urbana novohispana. La ciudad se convirtió desde entonces en el instrumento jurídico que dio validez a la posesión de las nuevas tierras en el continente, punta de lanza para la penetración en los territorios, centro de control de las regiones sometidas y punto de apoyo para continuar las conquistas. Posteriormente, la ciudad fue el sitio donde se desarrolló la sociedad colonial” (Arvizu, 1993).

Fue en el espacio urbano el lugar en donde se encuentra el mundo español con el mundo mesoamericano; en donde se transmiten los valores hispanos y se mezclan con los valores indígenas en un proceso de sincretismo cultural. Esto da lugar a una “nueva concepción, reflejada en la propia ciudad: la ciudad novohispana”. En esta nueva ciudad, el español aportó su formación ciudadana, sus



estructuras europeas con matiz renacentista; el indígena su tradición urbana milenaria, la distribución de la ciudad en torno al centro ceremonial, el uso de plazas y el trazo de la ciudad en ejes ortogonales (*idem*).

El proceso de fundación de ciudades en la Nueva España inició en 1519 y continuó a lo largo del período colonial. La fundación de centros urbanos fue el resultado inmediato y paralelo del proceso de descubrimiento, penetración, conquista y control de los territorios, evangelización, desarrollo ganadero y explotación minera (*idem*).

“Los asentamientos humanos fueron creados con la finalidad de alojar a los nuevos dueños de las tierras y a los indígenas que les habían sido entregados en las encomiendas¹¹. Estos se organizaron en formas de villas, pueblos y ciudades”. Algunas ciudades surgieron como el resultado del desarrollo del crecimiento de las villas y pueblos; otras surgían por órdenes de las autoridades virreinales, sea como centros de explotación minera o como fortalezas militares (Quijano, 1993).

Las culturas española e indígena, fusionadas en la Colonia, poseían un alto y profundo sentido religioso. Una vez que se elegía el lugar en donde se fundaría la ciudad, se destinaba un espacio central en forma rectangular para la plaza en donde había de levantarse el templo principal; los sitios circundantes se asignaban a los poderes civiles y religiosos. Las construcciones y calles principales se encontraban dispuestas en torno al templo.

En los albores de la época colonial, muchas construcciones, especialmente templos y conventos, eran levantadas por las órdenes mendicantes¹² que llegaron a

¹¹La Encomienda fue una institución característica de la colonización española en América y se entendía como el derecho que daba el Rey a un súbdito español, llamado encomendero, en compensación de los servicios que había prestado a la Corona, para recibir los tributos o impuestos por los trabajos que los indios debían rendirle. A cambio el español debía cuidar de ellos tanto en lo espiritual como en lo terrenal, preocupándose de educarlos en la fe cristiana. El tributo se pagaba en especie -con el producto de sus tierras-, o en servicios personales o trabajo en los predios o minas de los encomenderos.

¹²Una orden mendicante (del latín *mendicare*, "pedir limosna") es un tipo de orden religiosa católica cuya regla impone la pobreza de los individuos y de sus conventos, obteniendo lo necesario para su mantenimiento de la limosna de los fieles. Nacieron como expresión del ideal evangélico, y en su afán cristianizador se convirtieron en un importante agente de la colonización en la Nueva España. Las



la Nueva España. Concebían imponentes formas que simulaban fortalezas y empleaban diferentes tipos de arquitectura europea, principalmente los estilos gótico, plateresco, barroco y neoclásico.

Dichas manifestaciones y tendencias arquitectónicas y constructivas en la Nueva España han sido sobresalientes, desde el siglo XVI hasta la actualidad, puesto que son rasgos que identifican a las llamadas “Ciudades Coloniales”.

Las ciudades coloniales mexicanas son sitios en los que se conserva un impresionante conjunto de valores artísticos, culturales y arquitectónicos que representan la expresión de nuestras raíces y nuestras tradiciones. La belleza de estas ciudades coloniales no se basa únicamente en la espectacular arquitectura de los edificios de la época, sino también en el fascinante escenario arquitectónico, artístico y cultural que las rodea.

Muchas de las ciudades coloniales concentran un gran valor, reconocido en todo el mundo como tesoros turísticos por sus singulares características, que las hacen ser merecedoras de la declaratoria de Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad

Desde 1972, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) es la encargada de realizar un “inventario” de todos aquellos bienes naturales y culturales, cuyo esplendor enriquece a la humanidad. El objetivo es asegurar su conservación y permitir que las futuras generaciones puedan también ser testigos de su grandeza (Sánchez, 2007).

Para que un bien cultural pueda inscribirse en el listado de Patrimonio Mundial, debe (UNESCO, 2009):

- Representar una pieza maestra del genio creativo del ser humano.

órdenes más importantes fueron las de los franciscanos, los jesuitas, los agustinos, los dominicos y los carmelitas.



- Ser testimonio de un importante intercambio de influencias en un determinado tiempo o dentro de un área cultural del mundo, sobre el desarrollo arquitectónico y tecnológico del arte monumental, la planeación de ciudades y el diseño del paisaje.
- Representar un único y último testimonio excepcional de una tradición cultural o de una civilización aún existente o que haya desaparecido.
- Ser un ejemplo extraordinario de un tipo de construcción o de armonía arquitectónica o tecnológica, o de paisaje, el cual, ilustra etapas significativas en la historia de la humanidad.
- Ser un ejemplo extraordinario de un asentamiento tradicional humano o de un adecuado uso de suelo, representativo de una o varias culturas, especialmente cuando se han vuelto vulnerables bajo el impacto de cambios irreversibles.
- Estar directamente asociado con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de significado universal extraordinario.
- Probar su valor de autenticidad.

Este tipo de patrimonio representa un atractivo importante para el turista nacional e internacional, lo cual implica una serie de beneficios económicos para la población en donde se encuentran (Sánchez, 2007).

“Los mexicanos tenemos un legado valiosísimo de sitios y monumentos que heredamos del pasado y que el mundo entero reconoce, espacios urbanos donde la historia, la ciencia, el arte y diversos atributos estéticos o antropológicos se han conjugado de manera magistral, para mostrar en cada detalle lo que los hace únicos” (Quintanar, 2009).

Debido a las características que poseen las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad, uno de los principales tipos de turismo que ofrecen es el turismo cultural.



Las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

A continuación realiza una breve descripción las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad en México. Cabe destacar que la mayor parte de esta sección, es una investigación documental, en donde se destacan rasgos referentes a su geografía, demografía, historia, sus criterios de declaratoria como Ciudades Patrimonio de la Humanidad e información turística.

Querétaro

Santiago de Querétaro es la capital del estado de Querétaro. Actualmente, esta ciudad se ha consolidado como un lugar especialmente atractivo para el turismo, como un sitio muy propicio para la colocación de inversiones productivas en los más diversos ramos como el industrial, comercial y de servicios.

Geografía

Santiago de Querétaro posee una extensión de 759.9 kilómetros cuadrados, que corresponde al 6.5% de la extensión total del Estado (Gobierno del Estado de Querétaro, 2011). Se localiza a los 20° 35' 17" de latitud Norte y 100° 23' 17" de longitud oeste, a 221 km al norte-noroeste de la Ciudad de México. Cuenta con una altitud media sobre el nivel del mar de 1,824 metros (INEGI, 2011). El clima es templado y bastante agradable la mayor parte del año; la temperatura oscila entre los 16° y los 22° C (Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro, 2011).

Historia

El nombre de esta ciudad, de origen purépecha, tiene un significado asociado al ritual mesoamericano llamado juego de pelota; de igual manera se le denominó Taxco o Tlachco, topónimo de origen náhuatl, y Nda-maxei o Anda Maxei, de extracción otomí, nombres relacionados también con el ritual indígena o con lugar de peñas, respectivamente.



El valle de Querétaro empezó a poblarse alrededor del año 50 a.C. por indígenas otomíes dedicados a la agricultura, quienes fundaron una red de pueblos conectados por caminos cuyas ruinas ahora yacen bajo la moderna ciudad. Esta región fue conquistada en etapas sucesivas por tribus chichimecas, purépechas y aztecas (Quijano, 1993).

Inicialmente, Querétaro era un pueblo de indios, utilizado para comunicar la zona minera con la capital virreinal (1550-1555). Su fundación data del 25 de julio de 1531 (Ortega, 2009).

En el centro de lo que hoy es Santiago de Querétaro existió un poblado llamado Tlachco asentado sobre el cerro del Sangremal, el cual era considerado como un lugar sagrado.

Hacia el año de 1531 el conquistador Fernando de Tapia llegó al Valle de Querétaro (Quijano, 1993). Los españoles, con el afán de conquista y de enriquecimiento, se aliaron con los habitantes de Tlachco y, juntos, se batieron a muerte contra los indígenas que habitaban en las regiones circundantes a Tlachco. La batalla fue larga; sin embargo, el combate no pudo concluirse.

La leyenda dice que el 25 de julio de 1531 el cielo se oscureció, apareciendo en lo alto una cruz luminosa y, al centro, el apóstol Santiago blandiendo una espada de fuego. Al ver esto, los indígenas se atemorizaron; se rindieron y aceptaron la nueva fe (Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro, 2011).

En 1606 se le otorgó la categoría de villa. El 4 de octubre de 1655 se le nombró “muy noble y leal ciudad de Santiago de Querétaro” (Quijano, 1993).

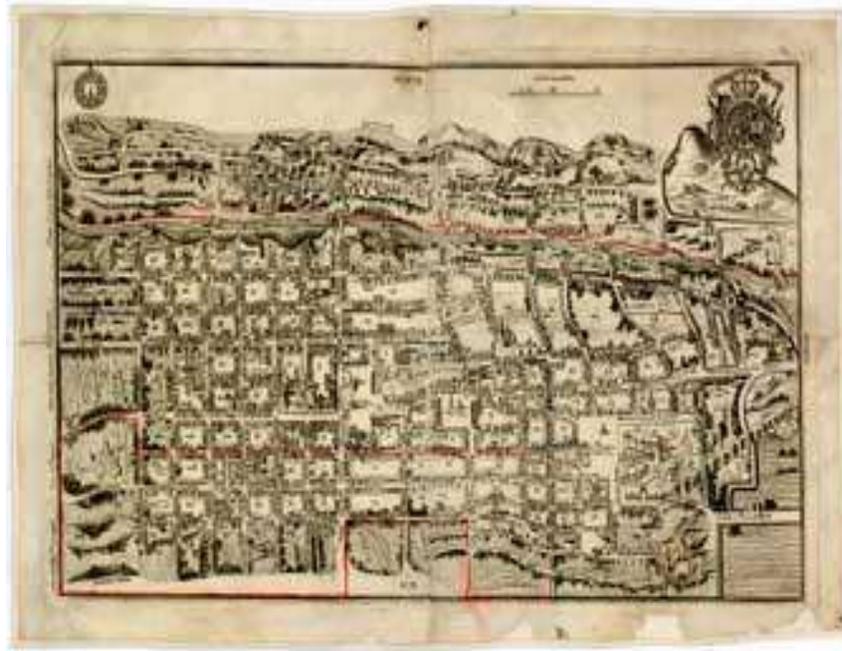
Santiago de Querétaro era la tercera ciudad más importante durante el Virreinato, se hallaba en medio de la Ruta de la Plata, por donde transitaban las caravanas cargadas de las riquezas que iban desde las minas del norte hasta la capital. Las haciendas ovejeras y la industria textil hicieron que la ciudad despuntara a causa de la buena calidad de sus mercancías. Los grandes capitales invertidos fueron los responsables del embellecimiento de la ciudad. Se levantaron fuentes, jardines,



casonas y exuberantes templos barrocos con interiores de oro (Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro, 2011).

Durante el siglo XVI se establece el esquema de la ciudad, la cual sería definida como una ciudad mestiza (ver ilustración 2).

Ilustración 2 Plano de la ciudad de Querétaro en 1796



Fuente: Archivo General de la Nación, 2001.

En el siglo XVII, esta ciudad se caracteriza por su gran crecimiento urbano, riqueza y prosperidad. Durante el siglo XVIII, la ciudad consolida su presencia en el panorama urbano del virreinato. Se realizan grandes obras de infraestructura urbana: el Acueducto y el sistema de distribución de agua, además de la arquitectura religiosa (ANCMFH, 2009).

En el siglo XIX, la ciudad se caracteriza por la inestabilidad, la decadencia y el estancamiento, provocada por la lucha por la Independencia, la cual redujo la población considerablemente. Posteriormente, con la Guerra de Reforma y de la nacionalización de bienes del clero, se provoca la demolición de atrios, templos y conventos. Sin embargo, durante el Porfiriato se realiza una recuperación y



transformación de la imagen urbana. Al concluir la Revolución Mexicana, se reúne en Querétaro el Congreso Constituyente y se promulga la Constitución el 5 de febrero de 1917 (*idem*).

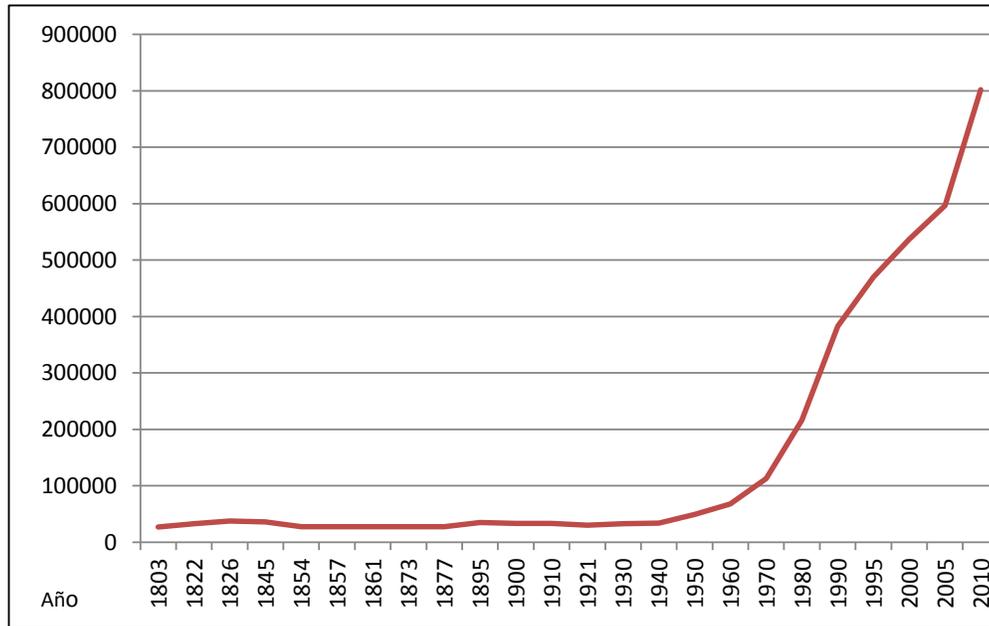
Demografía

La ciudad está en proceso de consolidación como Zona Metropolitana con una población de 801,940 habitantes (INEGI, 2010) y con 56,538 unidades productivas (INEGI, 2009), de las cuales corresponden 5,897 a la industria manufacturera; 27,431 al comercio; 21,927 a servicios privados y 1,283 al resto de los sectores, por lo que posee una economía con capacidad exportadora y dotación intensiva de capital y mano de obra.

Los cambios poblacionales de Santiago de Querétaro han presentado un diferente patrón de crecimiento. De acuerdo a los censos de población, desde el año de 1803 hasta el año de 1940, la población se mantenía en un rango de 27,000 a 33,629 habitantes. En este período, que abarca 137 años, no hubo un crecimiento poblacional exponencial; la tasa de crecimiento en todo este período no llegó al 25%. Es a partir de la década de los años 40's, cuando empieza a incrementarse considerablemente: de 49,209 habitantes registrados en 1950 aumenta a 801,940 en el año 2010, creciendo casi un 2284% del año 1940 al año 2010, en un período de 70 años (INEGI, 2000- 2010, ver gráfica 4).



Gráfico 4 Población total de Santiago de Querétaro 1803-2010 (en habitantes)



Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de INEGI, 2000, 2010.

Arquitectura

La *Relación de Querétaro*, documento fechado en 1582 (tomado de Quijano, 1993), cita que “el pueblo está muy galanamente fundado en forma de un juego de ajedrez, [...] con muy grandes y espaciosas calles puestas en buen concierto y orden”. Esta descripción corresponde a la típica estructura colonial.

“La ciudad se caracteriza por poseer una buena cantidad de edificios levantados durante la Colonia [...], la fisonomía urbana ofrece una agradable impresión al mostrar sus casas, palacios y templos fabricados por lo general en cantera de color rosa” (Quijano, 1993).

La ciudad de Santiago de Querétaro es caracterizada por su arquitectura del barroco queretano de los siglos XVII y XVIII, la cual contempla plazas, jardines y espacios abiertos de formas singulares. Los antiguos conventos pertenecientes a los franciscanos, a los agustinos y a los jesuitas, actualmente son utilizados como espacios dedicados a museos y a espacios universitarios, los cuales se encuentran abiertos a todo público, mostrando su arquitectura virreinal. También sobresalen



algunos templos, como los de Santa Rosa y Santa Clara, como ejemplos de arte barroco en los templos mexicanos en los siglos XVII y XVIII (ANMCPM, 2009).

El antiguo claustro del convento de San Agustín por la riqueza e iconografía de sus formas, junto con el claustro de la Merced en la ciudad de México, son considerados los dos patios barrocos de mayor belleza en toda Latinoamérica.

La arquitectura civil del barroco queretano fue desarrollada a medida de que se consolidaron los capitales locales. Se construyeron casas para la aristocracia local y la élite española, criolla, mestiza e indígena; a la fecha se conservan algunas, que muestran la estratificación social que existía en la ciudad (ANCMPPH, 2009).

La obra arquitectónica queretana más importante del siglo XVIII fue el Acueducto y la obra de conducción de aguas limpias, la cual proveía de agua a las fuentes públicas u a las mercedes de aguas privadas. La arquería monumental se ha convertido en uno de los símbolos más importantes de la ciudad.

La declaratoria de Santiago de Querétaro como Ciudad Mexicana Patrimonio de la Humanidad

Dentro de sus principales atractivos culturales, de encuentra su historia, que encierra importantes acontecimientos que determinaron el destino de México; y la riqueza de su enorme bagaje cultural, resultado de una población multi-étnica. Dichos atractivos fueron determinantes para que el 5 de diciembre de 1996, el Centro Histórico de Querétaro fuera declarado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) Patrimonio Cultural de la Humanidad (ANCMPPM, 2009).

Dentro de la zona declarada Patrimonio mundial, se encuentra un total de 203 manzanas y 1,380 edificios protegidos (INAH, 2009).

Su inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial, se acata a los criterios II y IV de selección de Patrimonio Mundial (*idem*):



II. Atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural o determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisaje.

Querétaro es un ejemplo excepcional de ciudad colonial española cuya traza urbana simboliza su población multiétnica.

Sobre la línea del eje sur – norte, se encuentra el elemento urbano central de San Francisco, donde se desarrolla la estructura de la ciudad mestiza; hacia el oeste las calles en línea recta y las manzanas regulares y rectangulares del sector español y al este el trazo irregular, ondulante o diagonal de las calles y callejuelas de la parte indígena. Alrededor de esta estructura central, de una veintena de manzanas de la parte española y una treintena de la parte indígena, cada una sobre una superficie similar, la ciudad vive un nuevo desarrollo en el siglo XVIII, siguiendo principalmente las características irregulares del trazo indígena, en momentos en que los desarrollos se hacían normalmente siguiendo los trazos reticulares hispánicos.

IV. Constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana.

Querétaro se encuentra dotada de numerosos edificios excepcionales principalmente de los siglos XVII y XVIII. En el siglo XVIII alcanza su más alto nivel de riqueza económica manifestada en un número importante de obras de infraestructura y de construcción de conjuntos arquitectónicos y ornamentales de características singulares y de valor excepcional.

La oferta turística

Dentro de la oferta turística que promociona esta ciudad, a través de diferentes mecanismos de mercado, se encuentran los siguientes:

Sitios de interés cultural

Dentro de la oferta turística de sitios de interés cultural, se consideran principales los siguientes (AMCPM, 2009; Ortega, 2009; SECTUR, 2009):



El Acueducto, Casa de Ecala, Casa de la Marquesa, Plaza de Armas, Beatario de Santa Rosa de Viterbo, Oratorio de San Felipe Neri (Catedral), Real Convento de Santa Clara de Asís, Templo de la Congregación, Templo y Ex-Convento de la Santa Cruz, Palacio de Gobierno, Patio Barroco del Ex-Convento de San Agustín, El Cerrito, Teatro de la República, Museo de la Ciudad, Museo de la Restauración de la República, Museo de Arte de Querétaro, Museo La Magia del Pasado, Museo Regional de Querétaro y Museo Casa de la Zacatecana.

Fiestas y tradiciones

La mayoría de las celebraciones que se llevan a cabo en Querétaro, comenzaron en el siglo antepasado, por lo que están llenas de tradiciones y leyendas, destacando las siguientes (AMCPM, 2009; Ortega, 2009; SECTUR, 2009; (CONACULTA, 2009):

Desfile de Carros Bíblicos, Fiesta de la Santa Cruz de los Milagros, Semana Mayor o Semana Santa, Festival Santiago de Querétaro, Fiesta Taurina, Fiesta patronal del barrio de San Sebastián, Fiesta de la Candelaria en el barrio de Santa Catarina, Fiesta de Santa Rosa de Viterbo, Fiesta de la Santa Cruz, Fiesta de San Antonio, Fiesta de Santiago Apóstol, Fiesta de Santa Ana, Fiesta de Nuestra Señora de los Remedios, Fiestas Patrias, Día de Muertos, Fiesta patronal de San Francisco, Fiesta de Santa Cecilia, Patrona de la Música, Fiestas Decembrinas

Festivales

Esta ciudad integra, en su riqueza cultural, cantidad de festivales que anualmente atraen turistas, tanto nacionales como internacionales, entre los cuales están (CONACULTA, 2009):

Festival Universitario El Otoño en la Cultura, CutOutFest, Festival Internacional de Animación México, Festival Internacional de Salterio, Festival Internacional Cervantino en Querétaro, ¡UPA! Arte y Literatura Infantiles, Festival Santiago de Querétaro, Festival de Teatro Estudiantil Gerardo Mancebo del Castillo, Festival Internacional de Danza Querétaro, Festival Internacional de Danza Ibérica Contemporánea en México, Encuentro de Grupos Independientes de Danza



Contemporánea, Encuentro Nacional de Historiadores del Segundo Imperio y la Restauración de la República, Encuentro Nacional e Internacional de Guitarra, Encuentro de Cine y Video de Querétaro, Encuentro de Culturas Populares e Indígenas en Querétaro y la Feria Nacional del Libro Infantil y Juvenil.

Hospedaje y gastronomía

Actualmente se encuentran registrados un total de 65 hoteles y establecimientos de alojamiento, con una suma de 3,781 habitaciones. En cuanto a gastronomía, el total de restaurantes registrados son 17 (SECTUR, 2009; CPTM, 2009).

Guanajuato

La ciudad de Guanajuato, ciudad colonial de bellos edificios que contienen los elementos de las dos culturas principales que los crearon, la india y la hispana, y que marcan el origen de nuestra nacionalidad, conservan sus características arquitectónicas y ambientales protegidas por sus habitantes.

Geografía

La ciudad de Guanajuato, capital del Estado de Guanajuato, posee una extensión territorial de 996.74 kilómetros cuadrados. Su área territorial representa el 3.28% de la superficie total del Estado. Se localiza en la región noreste de la entidad, limitando al norte con San Felipe; al este con Dolores Hidalgo; al sur con Salamanca e Irapuato y al oeste con Silao y León. Se localiza a los 21° 01' 04" de latitud norte y 101° 15' 24" de longitud oeste. Cuenta con una altitud media sobre el nivel del mar de 2,045 metros. (INEGI, 2011). La temperatura varía de los 11 a los 24 grados centígrados, y la precipitación media anual varía de los 600 a 700 milímetros (Gobierno del Estado de Guanajuato, 2011).

Historia

Hacia el siglo XVI, la región del actual Guanajuato se encontraba poblado por indígenas chichimecas; era un sitio llamado Paxtitlán, en el que abundaban las ranas.



Los indios tarascos que acompañaban a los españoles en sus incursiones por esas tierras, le dieron el nombre de Quanashuato, que significa “lugar montuoso de ranas” (Ortega, 2009).

Después de las primeras expediciones españolas hacia el occidente del país, y del descubrimiento de los minerales de Zacatecas en 1546, se estableció el camino de México a ese centro minero conocido como el “Camino de la Plata”, ruta que cruzaba una región del Bajío en el actual Estado de Guanajuato(ANCMPPM, 2009). Entre dicho año y 1553 se realizaron importantes descubrimientos de yacimientos minerales de oro y plata, lo que motivó la llegada de mineros que se asentaron en la región. Para el año de 1551 ya se habían asentado cuatro campamentos reales para el cuidado de las minas recién descubiertas; la más importante era la llamada Santa Fe (Quijano, 1993).

A pesar de los ataques frecuentes de los chichimecas, el Real de Minas se erigió como la alcaldía mayor en 1574, adoptando el nombre de Villa de Santa Fe en el Real y Minas de Guanajuato (Quijano, 1993).

La evangelización de la zona fue iniciada por los jesuitas en 1582. En 1616, siete años antes de ser canonizado por el papa Gregorio XV, Ignacio de Loyola fue declarado patrón de la ciudad. El primer monasterio se edificó en 1663 y la construcción del templo parroquial inició en 1675 (ANCMPPM, 2009).

El título provisional de Villa de Santa Fe y Real de Minas de Guanajuato no se otorgó sino hasta 1679; fue ratificado en 1684 (ANCMPPM, 2009). Recibe la categoría de muy noble y leal Ciudad de Santa Fe y Real de Minas de Guanajuato en el año de 1741 por orden del Rey Felipe V, por “las ventajosas conveniencias que ofrecen sus abundantes minas de plata y de oro” (Ortega, 2009). En 1790 la ciudad es declarada cabecera de la Intendencia.

En este establecimiento minero, los hospitales, como instalaciones religiosas y de servicio para los trabajadores de las minas, fueron elementos característicos y de gran importancia. A la primera capilla, para el desaparecido hospital de indios “mexicanos”, actualmente incluida en el edificio de la Universidad, siguió la del



hospital de los tarascos, establecido en 1565, así como las de los otomís y mazahuas (ANCMPPM, 2009).

La opulencia que la ciudad alcanzó hacia el siglo XVII, gracias a los ricos yacimientos de oro y plata, se manifestó en su arquitectura civil y religiosa. Sus características urbanas obedecen a irregularidades topográficas del terreno, trazando peculiares calles, plazas, plazuelas, callejones y escalinatas de extraordinario aspecto, lo que le ha permitido ser considerada como una de las más admirables de nuestro país (Ortega, 2009).

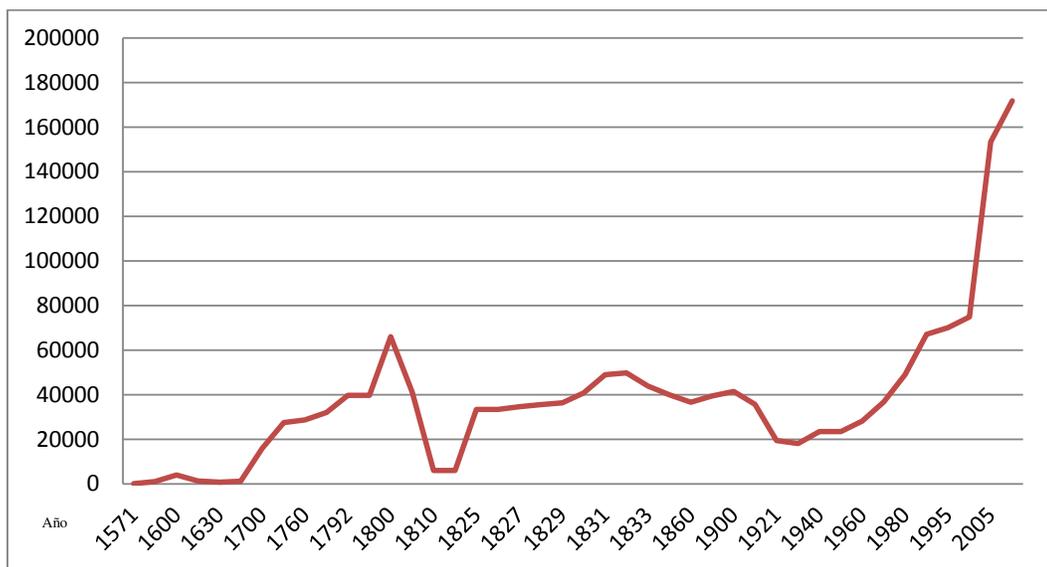
“Fundado a principios del siglo XVI, Guanajuato se convirtió en el centro de extracción de plata más importante del mundo en el siglo XVIII. Este pasado se ve reflejado en sus "calles subterráneas" y en "la boca del infierno", un impresionante tiro de mina que mide 600 m de profundidad. Los elegantes edificios de estilos Barroco y Neoclásico del centro histórico de Guanajuato, son el resultado de la prosperidad de las minas. Estos estilos influyeron en la construcción de otros edificios a lo largo y ancho de la Nueva España. Se considera que las iglesias de La Compañía y La Valenciana están entre los ejemplos más destacados de arquitectura Barroca en Centro y Sudamérica. Guanajuato también fue testigo de eventos que cambiaron la historia del país” (ICOMOS, 2010).

El título de “muy noble y leal ciudad Real de Minas de Santa Fé de Guanajuato”, obligaron a un desarrollo con “características urbanas particulares, que obedecían a las irregularidades topográficas del terreno, adaptando a ello la distribución del asentamiento y trazando peculiares calles, plazas, plazuelas, callejones y escalinatas de extraordinario aspecto, circunstancia que le ha valido a la ciudad el ser considerada una de las más admirables de nuestro país” (Quijano, 1993, ver ilustración 3).



1649 se tenía un total de 1,210 pobladores; en 1700 la cifra aumenta a 16,000 y en 1803 ya se tienen 41,000 pobladores. En el período de la Guerra de Independencia, del año de 1810 a 1821, se presenta una drástica caída demográfica: de 41,000, descendió a 6,000 habitantes. En el período de 1825 a 1832 la población vuelve a incrementarse: de 33,444 aumenta a 49,827; entre 1833 y 1930 hubo fluctuaciones incrementales y decrementales. A partir del año de 1930, se ha presentado un incremento constante hasta el año 2010: de 18,135 habitantes, se incrementó a un total de 171,109 en el 2010, obteniéndose una tasa de crecimiento de casi un 844% en los últimos 80 años (INEGI, 2000, 2010, ver gráfico 5).

Gráfico 5 Población total de la ciudad de Guanajuato 1571-2010 (en habitantes)



Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de INEGI, 2000, 2010.

Arquitectura

La ciudad creció sin más orden que la necesidad de vivir y trabajar junto a torrentes tributarios del río, debido a que era un sitio minero establecido a más de dos mil metros de altura.

La característica principal de la ciudad de Guanajuato es su asentamiento policéntrico inicial, provisional e irregular, asociado a la dispersión de las actividades mineras en las colinas vecinas al curso de un río que corría al fondo de una estrecha y



sinuosa cañada. Por ello desde la cañada suben sus calles, plazas, callejones y edificios que fueron cimentándose en un relieve totalmente accidentado y que dan “forma” característica a la ciudad (ANCMPPM, 2008, 2010).

El complejo minero-urbano que sustituyó a los campamentos iniciales, y que se mantiene hasta la actualidad, se basó en el patrón “mina-hacienda de beneficio” como forma de organización del espacio. A esta organización se superpuso el centro urbano principal, que se desarrolló y consolidó en forma lineal a lo largo de la cañada, en Santa Fe. La ciudad se conformó de una manera diferente a otras fundaciones de la colonia española, sin seguir las ordenanzas habituales; sin trazo regular para prever las dimensiones de las parcelas, ni los terrenos para los edificios de gobierno y los templos. Esto se debe, en gran parte, a que la arquitectura de la ciudad tenía que adaptarse a la topografía del valle, que tenía en el fondo el lecho del río (actualmente entubado) y que constituyó el soporte de esta original organización urbana. Las calles, los callejones y los espacios públicos no fueron en este caso la base para la organización de las parcelas, sino que aparecieron como resultado del espacio libre entre las construcciones, siguiendo una configuración parecida a la de las ciudades árabes (ANCMPPM, 2010).

La arquitectura de Guanajuato cuenta con construcciones de diferentes siglos en una sola plaza. “Construcciones barrocas, churriguerescas, neoclásicas y art nouveau dan vida, vista podríamos decir, de inigualable belleza a la ciudad” (ANMCPM, 2008). Domina el estilo churrigueresco, como sucede en La Compañía, Belén, San Diego, Cata, Rayas y La Valenciana. En 1765 la ciudad comenzó a sufrir inundaciones importantes (se registraron otras en 1770, 1772, 1780, 1794, 1804 y 1905), y desde entonces se pusieron en marcha obras hidráulicas para combatir los torrenciales escurrimientos de las cañadas (ANCMPPM, 2010).

Los espacios abiertos, plazas y jardines son prácticamente todos peatonales, - como la mayoría de las calles, por su estrechez o por ser escalonadas-, son de planta irregular: triangulares, como el Jardín Central, la Plaza de la Paz, San Fernando y San Roque, o trapezoidales, como las plazas del Baratillo, la Compañía y Mexiamora (ANMCPM, 2010). Las construcciones de mayor importancia se fabricaron en



cantera rosa, mientras que para las más modestas se utilizó el adobe y el tabique, lo cual le proporcionó un característico colorido que va desde los tonos rojizos hasta los verdes, pasando por los rosados (Quijano, 1993).

En 1725 se terminó el Santuario de Cata, que alberga la imagen del Cristo de Villaseca, traído de España en el siglo XVI. El templo de San Roque se dedicó en 1726, el de los Betlemitas fue iniciado en 1727, el Santuario de la mina de Guadalupe se dedicó en 1753 y los templos de Pardo, Mellado y San Francisco se terminaron en 1757. En 1775 se concluyó el templo de Belén, en 1782 el de San Sebastián y San Diego se revistió con una rica fachada barroca en 1780. Como consecuencia del descubrimiento de la mina de La Valenciana en 1760, en 1765 se inició la construcción del Templo del mismo nombre, que sería el más rico del conjunto. En 1749 se concluyó la Presa de la Olla Grande al extremo oriental del valle, en 1779 la de los Santos en Marfil y en 1791 las de Pozuelos y San Renovato cerca de la Olla; en 1893, en un magnífico sitio natural al norte de la ciudad, se edificó la gran Presa de la Esperanza, con una cortina de 140 metros de longitud y 43 metros de altura, y con una cornisa de cantería de 6 metros de alto (ANCMMPM, 2010).

La ciudad se enriqueció en el siglo XIX con edificios de estilo neoclásico, como por ejemplo el Teatro Juárez, el monumento a Hidalgo, el Palacio de los Poderes Legislativo y Ejecutivo, el antiguo Palacio de Gobierno, el Mercado Hidalgo y un gran número de residencias particulares. Las calles principales fueron pavimentadas desde 1733, el agua potable se instaló a partir de 1738 y en la segunda mitad del siglo XVIII se construyeron grandes puentes; también se inauguraron el primer teatro (Corral de Comedias), el almacén de pólvora (Casamata) y un nuevo almacén de granos conocido como la Alhóndiga de Granaditas (*idem*).

La declaratoria de Guanajuato como Ciudad Mexicana Patrimonio de la Humanidad

Guanajuato, ciudad colonial de bellos edificios que contienen los elementos de las dos culturas principales que los crearon, la india y la hispana, y que marcan el



origen de nuestra nacionalidad, conservan sus características arquitectónicas y ambientales protegidas por sus habitantes así como por el gobierno estatal y municipal, fue declarada por UNESCO como Ciudad Histórica de Guanajuato y Minas Adyacentes en diciembre de 1988 (ANCMPPM, 2009).

Dentro de la zona declarada como Patrimonio Mundial, se encuentran 175 manzanas y 552 edificios protegidos (INAH, 2009).

Inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial el 9 de diciembre de 1988, bajo los siguientes criterios: I; II; IV y VII (*idem*).

I. Representar una obra de arte del genio creador humano.

Guanajuato posee varios de los más bellos ejemplos de la arquitectura barroca en América. Las iglesias de La Compañía (1745 – 1765) y de la Valenciana (1765 – 1788) son obras maestras del estilo churrigueresco.

II. Atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural o determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes;

La influencia de Guanajuato, desde el siglo XVI hasta el XVIII, se sintió en la mayoría de las poblaciones mineras del norte de México.

Aún cuando modestos, debido a la aparición tardía del proceso de industrialización, los aportes de Guanajuato a la historia mundial de la tecnología fueron importantes.

IV. Constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana;

Guanajuato es un ejemplo extraordinario de un conjunto arquitectónico que incorpora los aspectos industriales y económicos de una población minera.

Así como las grandes obras hidráulicas del siglo XVIII están íntimamente ligadas a una topografía urbana definida por el estrecho curso del río y los afloramientos del mineral, también lo están las construcciones barrocas con la riqueza de las minas.



La iglesia de La Valenciana y la Casa Rul y Valenciana fueron financiadas por la mina más próspera, Las minas más modestas de Cata y Mellado florecieron también bajo la forma de iglesias, palacios y casas, cerca de ellas o en la ciudad.

VI. Estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, con ideas, creencias u obras artísticas y literarias que tengan un significado universal excepcional. (El Comité considera que este criterio debería ser utilizado preferiblemente de manera concomitante con otros criterios). Guanajuato está directa y materialmente asociada a la historia económica del mundo, particularmente en el siglo XVIII.

La oferta turística

Dentro de la oferta turística que promociona esta ciudad, a través de diferentes mecanismos de mercado, se encuentran los siguientes:

Sitios de interés cultural

Dentro de la oferta turística de sitios de interés cultural se pueden mencionar como los principales los siguientes (AMCPM, 2008 y 2009; SECTUR, 2009; CONACULTA, 2009, CPTM, 2009):

Universidad de Guanajuato, Alhóndiga de Granaditas, Callejón del Beso, Teatro Juárez, Presa de la Olla, Plaza de la Paz, Jardín Reforma, Jardín Unión, Monumento El Pípila, Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe, Templo de San Diego de Alcántara, Palacio Legislativo, Mineral de Cata, Mineral de Rayas, Mina de la Valenciana, Los túneles, Museo de Mineralogía, Casa Museo Gene Byron, Museo Iconográfico del Quijote, Museo Casa de las Leyendas de Guanajuato, Museo de Historia Natural Alfredo Dugés, Museo del Pueblo de Guanajuato, Pinacoteca del Templo de la Compañía, Museo de las Momias, Museo Regional de Guanajuato, Museo Ex Hacienda San Gabriel de Barrera, Museo Casa Diego Rivera y Museo de Arte Olga Costa/José Chávez Morado.



Fiestas y tradiciones

Las primeras fiestas populares realizadas en Guanajuato, datan del año de 1616. Actualmente, dentro de las principales celebraciones se encuentran (CONACULTA, 2009; ANCMPPM, 2008 y 2009; SECTUR, 2009; CPTM, 2009):

Fiesta de las Iluminaciones, Viernes de Dolores, Fiesta de San Juan Bautista (de la Presa de la Olla), Fiesta de San Ignacio de Loyola, Fiesta de Semana Santa, Fiesta del Señor de la Columna, Fiesta de la Virgen de Guadalupe, Fiesta de la Virgen de Loreto, Desfile de la Toma de la Alhóndiga de Granaditas, Feria del Alfeñique y Día de Muertos.

Festivales

La alegría de la gente de Guanajuato es reconocida por sus fiestas tradicionales y eventos culturales que se celebran cada año, entre las cuales se encuentran las siguientes (CONACULTA, 2009; ANCMPPM, 2009; SECTUR, 2009; CPTM, 2009):

Festival Internacional Cervantino, Festival Vive la Magia, Festival Internacional Titerías, Festival Internacional de Piano, Festival Internacional de Órgano Guillermo Pinto Reyes, Festival Cultural Universitario, Coloquio Cervantino Internacional, Festival de Teatro Áurero y Festival Madonnari.

Hospedaje y gastronomía

Actualmente se encuentran registrados un total de 44 hoteles y establecimientos de alojamiento, con una suma de 1,901 habitaciones. En cuanto a gastronomía, el total de restaurantes registrados son 43 (SECTUR, 2009; CPTM, 2009).

Morelia

Actualmente esta ciudad es considerada como un atractivo turístico, en gran parte porque se conjugan diversos estilos arquitectónicos; el Barroco, Renacentista, Neoclásico, Ecléctico, Francés, Manierista. El actual centro histórico es el resultado



de 467 años de historia; su plaza central posee rasgos distintivos de la ciudad novohispana, contrastante con ciudades españolas contemporáneas, lo que conforma una hermosa vista de esta ciudad (ANCMPM, 2008).

Geografía

Se localiza en la zona centro-norte del Estado. Es la capital del Estado de Michoacán. Se ubica en las coordenadas 19°42' de latitud norte y 101°11.4' de longitud oeste, a una altura de 1,951 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tarímbaro, Chucándiro y Huaniqueo; al este con Charo y Tzitzio; al sur con Madero y Acuitzio; y al oeste con Lagunillas, Coeneo, Tzintzuntzan y Quiroga. Su superficie es de 1,199.02 km² y representa el 2.03 por ciento del total del Estado. Predomina el clima del subtipo templado de humedad media, con régimen de lluvias en verano de 700 a 1,000 milímetros de precipitación anual y lluvias invernales máximas de 5 milímetros anuales promedio. La temperatura media anual es de 14° a 18° centígrados, aunque ha subido hasta 38° centígrados. Los vientos dominantes provienen del suroeste y del noroeste, con variables en julio, agosto y octubre, con intensidad de 2 a 14.5 km. por hora (Gobierno del Estado de Michoacán, 2009).

Historia

En la época prehispánica, al sur de la actual Morelia, entre la denominada Hacienda del Rincón y las márgenes del Río Chiquito, se encontraba asentado un poblado indígena de filiación tarasca, grupo que fue dominado por los españoles. Hacia 1530, el asentamiento fue trasladado al norte, sobre una extensa loma, por órdenes de los misioneros franciscanos fray Juan de San Miguel y fray Antonio de Lisboa, para iniciar en el sitio la construcción de una capilla dedicada a San Francisco y en torno a la cual se agruparían las viviendas de los primeros colonos españoles (Quijano, 1993).

La ciudad de Morelia se fundó en el año de 1541, con el nombre de Ciudad de Mechoacán, en los llanos de Guayangareo, nombre indígena que significa “loma chata y alargada”, de suelo firme y rocoso que se eleva entre dos ríos, lo que aseguraba la provisión de agua, evitándose que las futuras edificaciones llegaran a



inundarse y facilitando además los desagües; las tierras de labranza, huertas y hortalizas quedaron alrededor de la loma. Los primeros habitantes de esta región fueron los Matlazincas o Pirindas (ANCMPPM, 2008).

En dicho año, el virrey Antonio de Mendoza expidió una provisión para levantar la ciudad. Los encomenderos tomaron posesión de los terrenos aledaños y designaron al maestro Juan Ponce para que realizara el trazo de la incipiente urbe, que fue llamada Valladolid en honor a la ciudad del mismo nombre en España (Quijano, 1993).

Ilustración 4 Plano de la ciudad de Valladolid en 1794



Fuente: AGN, 2009.

En el año de 1580 recibió el nombre de Valladolid, y en 1828 se sustituyó este nombre por el de Morelia, para honrar la memoria de don José María Morelos y Pavón, quien naciera en esta ciudad el 30 de septiembre de 1765. Desde 1580 se convirtió en un centro de poder político y económico, al establecerse en ella la



cabecera del vasto Obispado de Michoacán, mismo que anteriormente estuvo en Tzintzuntzan (1536) y luego en Pátzcuaro (1538).

El siglo XVIII marca el inicio del crecimiento importante en la ciudad. Se construyen los conventos de las Rosas y Las Monjas, el Seminario Tridentino, y las fuentes en las principales plazas, y la obra hidráulica del acueducto de cantera, que cuenta con 253 arcos y casi dos kilómetros de longitud.

En 1856 se inicia la construcción de nuevas calles, plazas, parques, avenidas arboladas. Posteriormente se introduce el ferrocarril (1883), el telégrafo y el teléfono (1891).

En 1911, un año después del comienzo de la Revolución Mexicana, el ejército maderista comandado por Salvador Escalante, hizo su entrada triunfal en dicha ciudad. En 1914, la ciudad de Morelia fue tomada por las fuerzas revolucionarias del general Sánchez el 31 de julio de ese mismo año, y por las tropas villistas al mando del general José I. Prieto el 3 de marzo de 1915. En 1917 se crea la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), la primera universidad autónoma del país (ANCMPM, 2008).

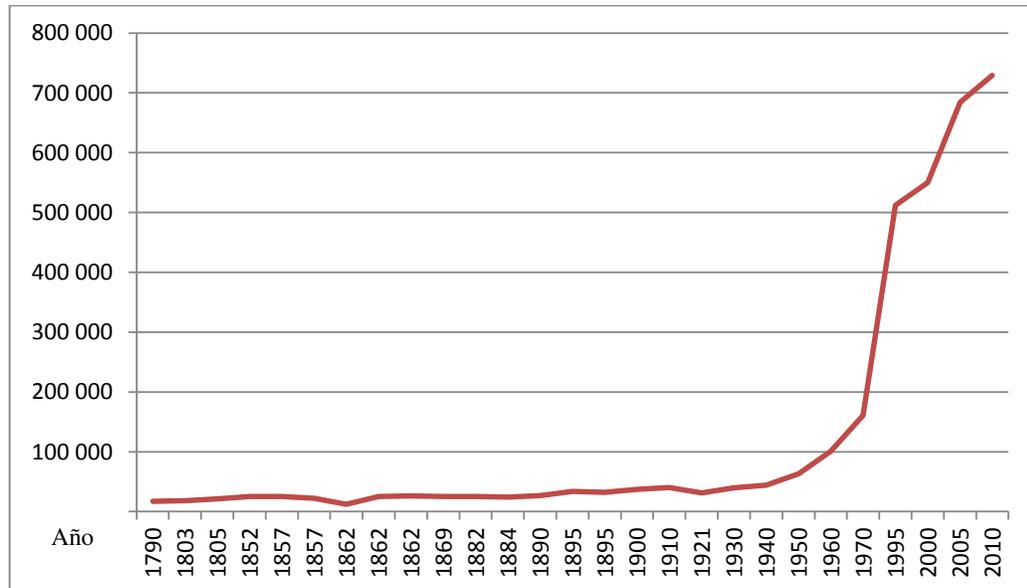
Demografía

La ciudad posee una población de 729,279 habitantes (INEGI, 2010) y cuenta con 176,904 unidades productivas (INEGI, 2009), de las cuales corresponden 27,682 a la industria manufacturera; 86,137 al comercio; 60,187 a servicios privados y 2,898 al resto de los sectores.

Los cambios poblacionales de Morelia han presentado variadas fluctuaciones. Del período de 1790 a 1857, la población aumentó casi un 50%, pasando de 16,933 a 25,000 habitantes. En el último año del período, hubo una caída a 22,000 habitantes, llegando a su mínimo histórico registrado de 12,335 habitantes. De 1862 a la fecha, se ha observado un incremento constante con un crecimiento poblacional de más de un 2,900%, teniendo un total de 729,279 habitantes al 2010 (INEGI, 2000, 2010, ver gráfica 6).



Gráfico 6 Población total de la ciudad de Morelia 1790-2010 (en habitantes)



Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de INEGI, 2000, 2010.

“Construido a partir del siglo XVI, el Centro Histórico de Morelia es un excelente ejemplo de la planificación urbana que combina las ideas del Renacimiento español con la experiencia Mesoamericana. Bien adaptadas a las cuevas de la colina del sitio, sus calles todavía siguen el esquema original. Más de 200 edificios históricos, todos construidos con la cantera rosa característica de la región, reflejan la historia arquitectónica del pueblo y revela una mezcla hábil y ecléctica del espíritu medieval con el Renacimiento, los elementos Barrocos y los Neoclásicos. Morelia es el lugar de nacimiento de varias personalidades importantes del México independiente y ha jugado un papel importante en la historia del país” (ICOMOS, 2010).

El Centro Histórico de Morelia se declara Zona de Monumentos Históricos, y Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) el 13 de diciembre de 1991, por lo que esta ciudad se ha posicionado como el principal recurso cultural para buscar mejorar la economía local vinculado con la actividad turística y cultural que se desarrolla fuertemente en la ciudad y en el Municipio



Arquitectura

Desde el año de su fundación, en 1541, el diseño urbano de la ciudad se desarrolló en torno a la Catedral. Los espacios urbanos, la arquitectura civil y religiosa se diseñó para ser grande y noble. Los valores histórico-artísticos de su traza guardan variados estilos arquitectónicos, diseñados en el siglo XVI y desarrollados a través de los siglos. Actualmente estos estilos se pueden apreciar por el turista casi de manera intacta.

Según planos que datan de 1619, 1794 (ver ilustración 4), 1898, a lo largo de 400 años no se alteró la traza original con el crecimiento de la ciudad, y las nuevas calles fueron construidas de acuerdo a las que ya existían en la traza del siglo XVI. Se desarrolló configurando paulatinamente un destacado ejemplo de planeación urbana en la cual se irían edificando notables obras arquitectónicas como la Catedral de Morelia, las iglesias y conventos de las órdenes Franciscana, Agustina, Jesuita y Carmelita, entre otras (ANCMPPM, 2009).

En su arquitectura se manifiestan diversas épocas, plateresco, manierismo, barroco y neoclásico, conjugándose en una unidad que en cada época tuvo extraordinarios constructores. Su sistema constructivo se distinguió por ser mampostería de piedra de cantería dura y suave en dos modalidades: sillar de tono rosado, en que la piedra queda a la intemperie, característico de vanos, torres y naves de templos; y sillería, con espesores que sobrepasan con frecuencia un metro, en que la piedra es recubierta con aplanados para su conservación (ANCMPPM, 2008).

La declaratoria de Morelia Ciudad Mexicana Patrimonio de la Humanidad

Una razón importante de la inscripción de Morelia en la lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad es la constitución de su centro histórico, el cual se integra por 271 hectáreas, 219 manzanas, 15 plazas y 1,142 edificios protegidos, lo que representa un conjunto de gran valor por las características formales de sus edificios, y por la armonía, calidad constructiva y unidad plástica que representan los



diferentes estilos arquitectónicos, conformando un estilo local y testimonio para la historia de la arquitectura de México (INAH, 2009).

Su inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial, se acata los criterios II, IV y VII de selección de Patrimonio Mundial (*idem*):

II. Atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural o determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes.

La zona de monumentos históricos de la ciudad constituye en América un modelo original de desarrollo urbano del siglo XVI, el cual conjuga las teorías urbanas de la España renacentista y la experiencia de Mesoamérica, con el estilo barroco de numerosos monumentos.

IV. Constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana;

La ciudad de Morelia posee ejemplos extraordinarios de diversos estilos; tiene conjuntos característicos de la segunda mitad del siglo XVI, con características medievales y los elementos del Renacimiento, con estilo barroco y neo-clásico.

VI. Estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, con ideas, creencias u obras artísticas y literarias que tengan un significado universal excepcional.

Morelia tuvo varios personajes importantes del México independiente y ha jugado un papel crucial en la historia del país.

La oferta turística

Dentro de la oferta turística que promociona esta ciudad, se encuentran los siguientes:



Sitios de interés cultural

Los principales sitios de interés cultural que se promocionan en el sector turístico son los siguientes (SECTUR, 2009; CPTM, 2009; ANCMPPM 2008 y 2009; INAH 2009):

La Catedral, Palacio Clavijero, Templo y Ex Convento de las Rosas, Palacio de Gobierno, Palacio Municipal, Acueducto, Templo y Ex Convento de San Francisco, Templo de las Monjas, Templo de la Merced, Colegio de San Nicolás de Hidalgo, Edificio del Palacio Legislativo, Casa de la Cultura, Templo de San José, Palacio Federal, Casa de las Artesanías, Templo de Capuchinas, Edificio Morelos, Templo de San Agustín, Calzada Fray Antonio de San Miguel, Santuario de Guadalupe, Museo Histórico del Poder Judicial del Estado de Michoacán, Museo de Geología Dr. Jenaro González Reyna, Museo de Arte Colonial, Museo Michoacano de las Artesanías, Museo Casa Natal de Morelos, Museo de Arte Contemporáneo Alfredo Zalce, Museo de Mineralogía y Geología Ing. Luis Silva Ruelas, Museo Regional Michoacano Dr. Nicolás León Calderón, Museo Casa de Morelos, Museo del Estado, y Museo de la Máscara.

Fiestas y tradiciones

Las principales celebraciones realizadas en la ciudad de Morelia son las siguientes (SECTUR, 2009; CPTM, 2009; ANCMPPM 2008 y 2009; INAH 2009):

Carnaval, Expo Feria Estatal, Fiesta del Grito de la Independencia, Fiesta de La Inmaculada Concepción, Fiesta del Natalicio de Morelos, Día de Muertos, Torneo de Golf, Aniversario de la Fundación de la Ciudad de Morelia, Fiesta de La Virgen Dolorosa, Fiesta de la Unción del Santo Entierro.

Festivales

Los principales festivales que se celebran en la ciudad de Morelia son los siguientes (SECTUR, 2009; CPTM, 2009; ANCMPPM 2008 y 2009; INAH 2009; CONACULTA, 2009):



Festival de Música Barroca, Festival de Arte Joven, Festival Internacional de Guitarra de Morelia, Encuentro de Arte y Cultura, Festival Nacional de Títeres Morelia, Muestra Estatal de Teatro, Festival de Jazz de Michoacán, Festival Internacional de Música Contemporánea de Michoacán, Festival Internacional de Órgano de Morelia Alfonso Vega Núñez, Festival Internacional de Música Miguel Bernal Jiménez, Festival Internacional de Música y Nuevas Tecnologías: Visiones Sonoras, Festival de Rock, Festival Internacional de Cine de Morelia, Festival de Video Indígena, Festival Internacional de Jazz Jazztival, Festival Internacional de Cine en Derechos Humanos, Festival Internacional de Danza Contemporánea, Festival Internacional de Ajedrez, Festival Internacional de Danza Serpiente, Muestra Estatal de Danza Contemporánea, Congreso Nacional de Danza Jazz, y Festival del Mariachi y Tradiciones Mexicanas.

Hospedaje y gastronomía

Actualmente se encuentran registrados un total de 69 hoteles y establecimientos de alojamiento, con una suma de 3,090 habitaciones. En cuanto a gastronomía, el total de restaurantes registrados son 39 (SECTUR, 2009; CPTM, 2009).

Puebla

“Puebla que se fundó en 1531, se sitúa aproximadamente a 100 km del este de la Ciudad de México, al pie del volcán Popocatepetl. Ha conservado sus grandes estructuras religiosas como la Catedral construida entre los siglos XVI y XVII y los majestuosos edificios como el viejo palacio del arzobispado. Se adoptaron los nuevos conceptos estéticos que fueron el resultado de la fusión de los estilos europeo y americano y son muy peculiares del Distrito Barroco de Puebla” (ICOMOS, 2010).

Puebla es una de las ciudades de la República Mexicana que mejor conserva su riqueza monumental. Casas, calles, plazas y jardines son exponentes de la magna obra arquitectónica y artística que se desarrolló en esta ciudad creada y trazada, dice



la leyenda, por ángeles para ser habitada y disfrutada por mortales, quienes tendrían a su cargo su desarrollo y cuidado (ANCMFH, 2010).

Geografía

La ciudad de Puebla se localiza en la parte centro oeste del Estado de Puebla, a una distancia de 130 km (80 millas) al sureste de la Ciudad de México y a 40 km al este de los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl. Se ubica en las coordenadas 19° 03' de latitud norte y 98° 12' de longitud oeste, a una altura de 2,149 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con el Estado de Tlaxcala, al sur con los municipios de Santo Domingo Huehuetlán y Teopantlán, al oriente con Amozoc, Cuautinchán y Tzicatlacoyan y al poniente con Cuautlancingo, San Andrés Cholula y Ocoyucan. Tiene una superficie de 524.31 kilómetros cuadrados, que la ubica en el lugar número 5 con respecto a los demás municipios del Estado. Predomina el clima templado, con temperaturas inferiores a los 29 °C. Presenta una temporada de sequía entre noviembre hasta abril y una temporada de lluvia de mayo a octubre. El Río Atoyac recorre la ciudad de Norte a Sur, desembocando con el Lago de Valsequillo. Otros ríos que cruzan la ciudad son el Alseseca y San Francisco. Conocida también como "Puebla de los Ángeles", es la cuarta ciudad más grande e importante de México, sólo después del Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey y la cuarta área metropolitana más grande de México (Gobierno del Estado de Puebla, 2011).

Historia

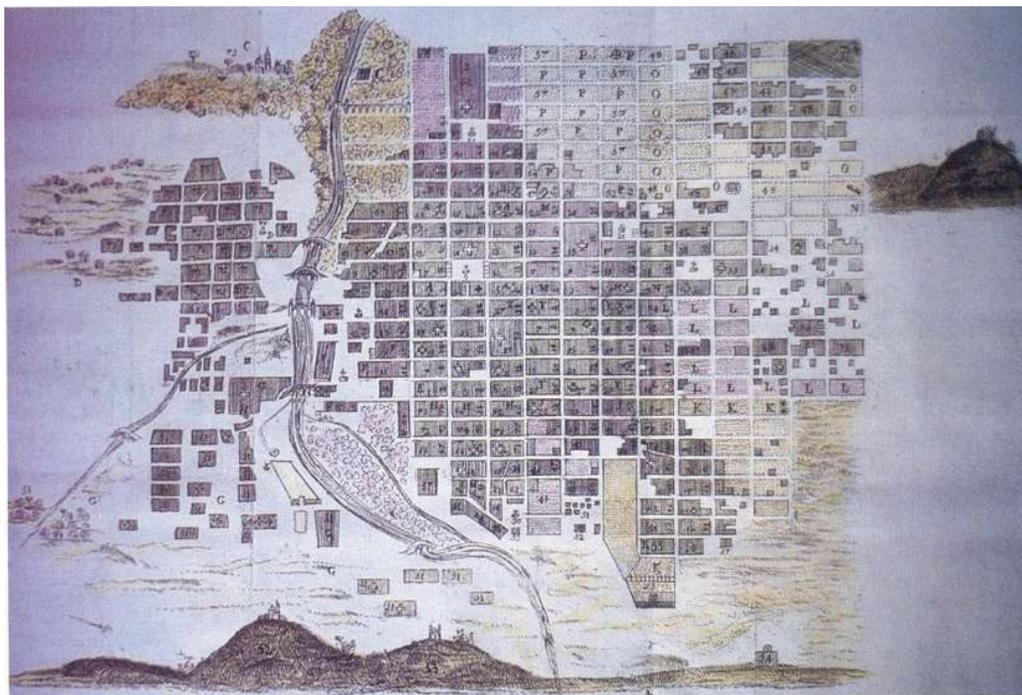
“La historia [colonial] de Puebla comienza cuando el español Hernán Cortés Monroy conquista los señoríos del valle poblano–Cholula, Tepeaca, Cuautinchan, Tecamachalco y Huaquechula – para dar encomiendas a los soldados españoles en pago por el desempeño por someter a la México-Tenochtitlan” (Ortega, 2008).

En 1531 por orden de la segunda Audiencia se funda Puebla. Su ubicación fue estratégica; el sitio se buscó para fundar ahí una ciudad sólo para españoles, puesta en el camino que lleva desde la Ciudad de México al puerto de Veracruz. Inicialmente, la población se estableció al margen del río bautizado por los españoles



como *San Francisco*; posteriormente, la ciudad se trasladó a un sitio topográficamente más alto para evitar inundaciones (Quijano, 1993).

Ilustración 5 Plano de la ciudad de Puebla en 1794



Fuente: AGN, 2009.

La fundación de Puebla se realizó como un experimento social, que consistía en “fundar una población de labradores, de campesinos dotados con parcelas de similar extensión e idéntica influencia, alejada de las comunidades indígenas y sin contar con el apoyo de la mano de obra de los aborígenes. De este modo, no solo los indios y sus propiedades estarían a salvo de sus eventuales exploradores, sino que se demostraría a los españoles que podrían sobrevivir por sus propios medios en el Nuevo Mundo, del mismo modo que lo hacían en Europa” (Arvizu, 1993).

Durante el siglo XVI se fundó la ciudad con un importante desarrollo en su economía; comienza a construirse el trazo urbano y la arquitectura religiosa, con majestuosos monasterios levantados por franciscanos, dominicos, agustinos y jesuitas (ANCMFH, 2009).



En Puebla se concentra el poder clerical y virreinal en las manos del obispo Juan de Palafox y Mendoza, cuyo legado cultural se encuentra en la Biblioteca Palafoxiana y en la imponente Catedral Angelopolitana (Ortega, 2008).

En esta ciudad se imprimió el Plan de Iguala que pondría fin al movimiento de Independencia (ANCMFH, 2009). Es Cuna de la Revolución Mexicana; “Zaragoza y el ejército mexicano tienen la victoria en la Batalla del Cinco de Mayo en Loreto y Guadalupe, donde rechazan la intervención francesa. Es la misma Puebla que cobija al imperio de Maximiliano y Carlota, más tarde territorio del Interoceánico, del Pacífico y del Mexicano del Sur: rutas del ferrocarril que nos invitan a recordar los largos viajes en tren en el Museo Nacional de los Ferrocarriles” (Ortega, 2008).

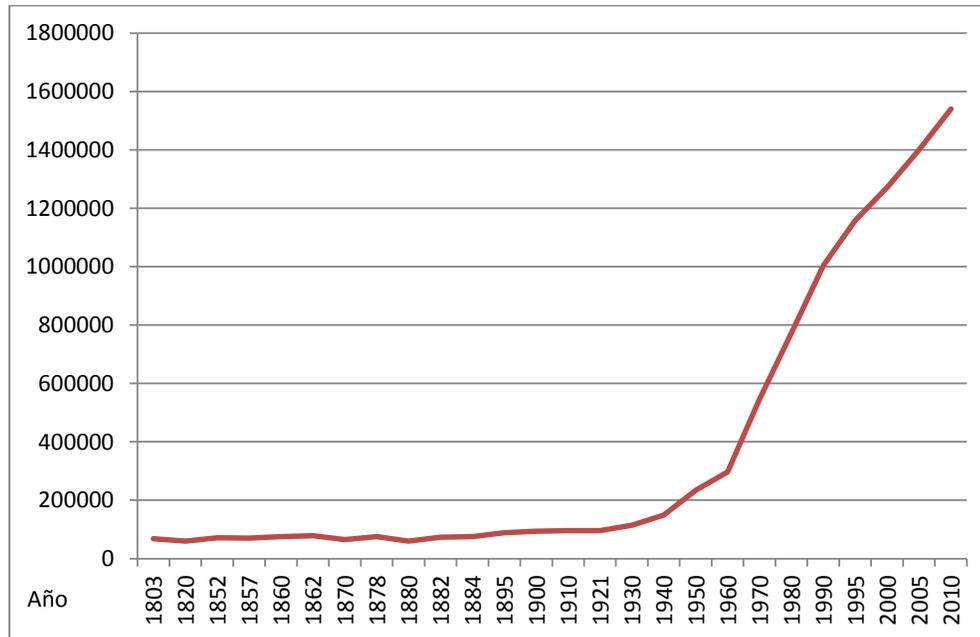
Demografía

Esta ciudad tiene una población de 1,539,819 habitantes (INEGI, 2010) y con 215,978 unidades productivas (INEGI, 2009), de las cuales corresponden 36,228 a la industria manufacturera; 109,221 al comercio; 67,424 a servicios privados y 3,105 al resto de los sectores.

Los cambios poblacionales de Puebla se han presentado con un constante incremento desde el registro histórico más antiguo. En el año de 1803, la cantidad de habitantes registrados era de 67,800. En 1878 la cifra llegó a 75,000 habitantes. Únicamente en el año de 1880 se registró una caída; el registro más bajo registrado fue con un total de 60,000 habitantes. A partir de esa fecha, los incrementos se han presentado con un incremento de casi un 2,260%, hasta llegar a un total de 1,539,819 habitantes en el año 2010 (INEGI, 2000, 2010, ver gráfica 7).



Gráfico 7 Población total de la ciudad de Puebla 1803-2010 (en habitantes)



Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de INEGI, 2000, 2010.

Arquitectura

El centro histórico de la ciudad es el destino principal de los visitantes, quienes se permiten contemplar su belleza arquitectónica, templos religiosos, centros artesanales y gastronómicos, de la también llamada “ciudad de los Ángeles”.

Los anteriores portales del centro histórico de la ciudad de Puebla, se construyeron en el año de 1533, y fueron diseñados en concordancia con los de la ciudad de México. En esa época fueron utilizados para resguardar en temporada de lluvia a los mercaderes que vendían sus productos en la plaza.

Actualmente, los portales constituyen espacios urbanos y arquitectónicos relevantes, un punto de reunión caracterizado por el flujo constante de personas de todas clases sociales y actividades económicas.

Es importante destacar que el trabajo de preservación de la imagen urbana y arquitectónica del centro histórico y por consiguiente de su portales, que hoy en día



son orgullosamente considerados un Patrimonio de la Humanidad, es un trabajo de todos los días y de todos, del sector público, sector privado y de los ciudadanos.

Es imposible tratar de comprender la historia de una ciudad únicamente a través de las manifestaciones arquitectónicas que se conservan, sin profundizar en las características de la sociedad que las generó. En el caso de la cultura colonial, el contexto en el que se manifiesta la arquitectura es de vital importancia pues las prácticas religiosas desbordan los límites físicos de los lugares de culto para apropiarse de los espacios urbanos, es decir, la religión se convierte en una práctica que se manifiesta en plazas, calles y atrios.

La Declaratoria de Puebla como Ciudad Mexicana Patrimonio de la Humanidad

Puebla, centro religioso por excelencia, fue el primer rincón de asentamiento de los conquistadores españoles en la región y en él pusieron todo su empeño para crear una de las ciudades más bellas y ricas de México. Como reconocimiento del mundo a su belleza arquitectónica y a su valor cultural e histórico, como muestra de la urbanística española en el Nuevo Mundo entre los siglos XVI y XIX, la ciudad queda inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial de UNESCO, el 11 de diciembre de 1987.

La zona de declaratoria de Patrimonio Mundial comprende 700 hectáreas. Un total de 1,032 edificios, establecidos en 391 manzanas, construidos antes de 1910, hace del Centro Histórico uno de los más grandes conjuntos de arquitectura antigua de América (INAH, 2009).

La oferta turística de Puebla

Dentro de la oferta turística que promociona esta ciudad, se encuentran los siguientes:

Sitios de interés cultural



Los principales sitios de interés cultural que se promocionan en el sector turístico son los siguientes (SECTUR, 2009; CPTM, 2009; ANCMPPM 2008 y 2009; INAH 2009):

La Catedral Inmaculada Concepción, Palacio Municipal, Biblioteca Palafoxina, La Concordia y el Patio de los Azulejos, Ex Colegio Carolino (Edificio de la Universidad Autónoma de Puebla), Ex Palacio del Arzobispado (Palacio Federal), Fuente a la China Poblana, Casa del Alfeñique, Templo y ex Convento de la Concepción, Convento y Templo de Santa Clara, Iglesia y ex Convento de Santa Mónica, Convento y Templo de Santa Clara, Museo de Arte Religioso, Ex convento de Santa Rosa de Lima, Museo de Arte Popular, Callejón de los Sapos, Templo y Ex Convento de San Francisco, Templo de Santo Domingo, Santa Catalina de Siena, Antiguo Fuerte de Guadalupe, Templo de San Pedro, Templo de Nuestra Señora de la Luz, Templo de San Juan de Letrán el Hospitalito, Templo y Antiguo Colegio de la Compañía de Jesús, Templo y Convento de la Merced, Templo El Sagrario de la Soledad, Templo y Convento de San Jerónimo, Parroquia de San José, Museo de Historia Natural, Museo de Sitio Casa del Deán, San Pedro Museo de Arte, Museo y Biblioteca General Ignacio Zaragoza, Museo Regional de Puebla, Museo de la Revolución Casa de los Hermanos Serdán, Planetario Domo IMAX, Museo de Sitio Monseñor Ramón Ibarra y González, Museo Universitario Antigua Casa de los Muñecos, Museo Taller Erasto Cortés, Museo Amparo, Museo José Luis Bello y González, Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos, Museo de la Radio Difusión, Museo Casa de Alfeñique, Museo de Arte Popular Poblano Ex Convento de Santa Rosa, Museo Bar de Navajas y Curiosidades del Mundo, Museo de Arte Popular Religioso Urbano, Museo de Arte Religioso Ex Convento de Santa Mónica, Museo de la No Intervención Fuerte de Loreto, Museo del Automóvil Puebla, Museo Interactivo Imagina, Museo José Luis Bello y Zetina y Museo San José María de Yermo y Parres.

Fiestas y tradiciones

Las principales celebraciones realizadas en la ciudad de Puebla son las siguientes (SECTUR, 2009; CPTM, 2009; ANCMPPM 2008 y 2009; INAH 2009):



Fiesta de la Virgen de Guadalupe, Fiesta de San Agustín, Fiesta de San Alfonso, Fiesta de la Virgen del Carmen, Conmemoración de la Batalla de Puebla, Fiesta de la fundación de la ciudad, Fiestas Patrias y Semana Santa.

Festivales

Los principales festivales que se celebran en la ciudad de Puebla son los siguientes (SECTUR, 2009; CPTM, 2009; ANCMPPM 2008 y 2009; INAH 2009; CONACULTA, 2009):

Encuentro de Niños y Jóvenes Huapangueros, Festival CineCortos, Festival de Día de Muertos, Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural, Festival HueyAtlixcáyotl, Festival del Mole Poblano, Festival Internacional Rodará, Festival Internacional de Puebla, Festival Internacional de Pantomima, Circo y Clown, Festival Barroquísimo, Festival del Chile en Nogada, Festival In-Edit, Festival Itinerante de Videodanza, Festival Estatal de las Artes y Culturas Indígenas, Muestra Estatal de Danza Contemporánea Poesía en Movimiento y Convención Internacional de Circo y Escena.

Hospedaje y gastronomía

Actualmente se encuentran registrados un total de 28 hoteles y establecimientos de alojamiento, con una suma de 2,614 habitaciones. En cuanto a gastronomía, el total de restaurantes registrados son 45 (SECTUR, 2009; CPTM, 2009).

Zacatecas

El nombre de Zacatecas proviene del náhuatl y es un gentilicio que significa “gente del lugar donde abunda el zacate”. Desde la época colonial, esta ciudad tuvo gran relevancia, ya que fue origen de los centros mineros más importantes de la Nueva España. Considerada como un ejemplo excepcional de ciudad colonial, posee una extraordinaria belleza en su patrimonio arquitectónico de los siglos XVII y XVIII.



“Fundado en 1546 después del descubrimiento de una rica veta de plata, Zacatecas alcanzó mayor prosperidad entre los siglos XVII y XVIII. Construido en las cuevas empinadas de un valle estrecho, el pueblo tiene vistas impresionantes y posee una gran diversidad de edificios civiles y religiosos. La catedral, construida entre 1730 y 1760, domina el centro de la ciudad. Es notable por su armonioso diseño y la profusión Barroca en su fachadas, donde se pueden encontrar elementos decorativos europeos e indígenas” (ICOMOS, 2010).

Geografía

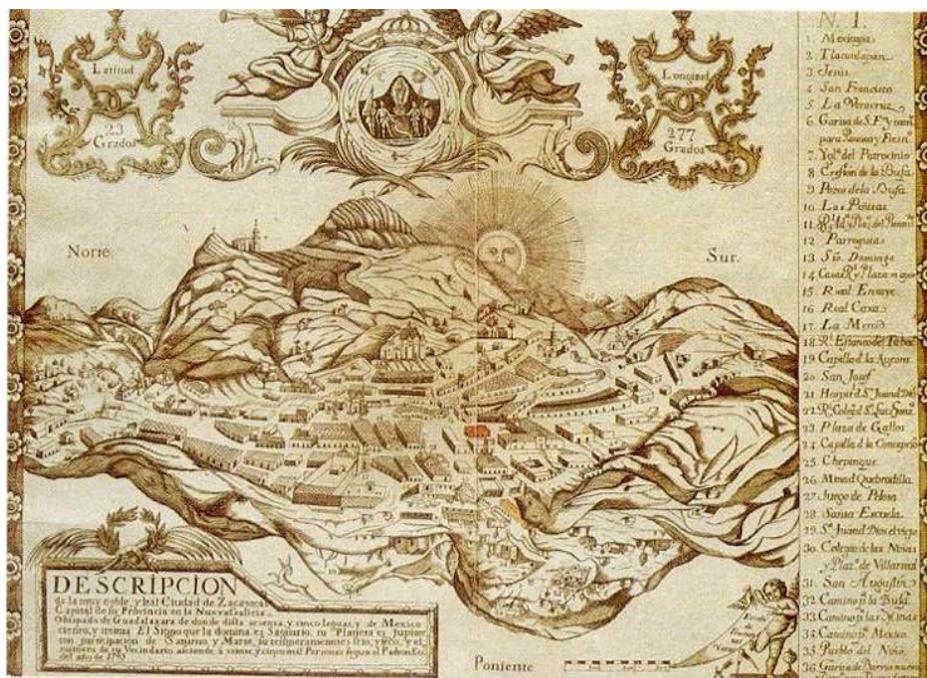
La ciudad es la capital del Estado de Zacatecas. Se asienta en un terreno montañoso, en las coordenadas 22°46'18" de latitud norte y 102° 34' 31" de longitud oeste, a una altura de 2,440 metros sobre el nivel del mar. El clima es templado suave con lluvias en verano principalmente, suma en el año alrededor de 400 mm de precipitación. Las temperaturas suelen ser moderadas o frescas a lo largo de todo el año con una media de 12 °C, excepto en el invierno donde pueden descender debajo de los 0 °C. En esta época suelen ser comunes fuertes vientos que acentúan la sensación térmica.

Historia

La región circundante a Zacatecas fue un sitio poblado desde la época prehispánica por grupos étnicos pertenecientes a la tribu chichimecas, entre las que destacan los *cazcanes* y los *zacatecos*. Entre los siglos IV y X d.C., se desarrollaron las culturas de *Altavista*, en Chalchihuites y *La Quemada*, en Villanueva (González, 2008).



Ilustración 6 Plano de la ciudad de Zacatecas ca. 1795



Fuente: AGN, 2009.

Durante el primer tercio del siglo XVI, este sitio acogió muchas incursiones españolas, debido al afán que existía por descubrir las míticas ciudades de oro. Los grupos indígenas nativos luchaban por impedir que los conquistadores se asentaran en este sitio, principalmente para evitar ser explotados por extranjeros, hasta que el 8 de septiembre de 1546, una expedición española, comandada por los capitanes Juan de Tolosa, Cristóbal de Oñate, Baltasar Termino de Bañuelos y Diego de Ibarra, logró establecer un campamento. Estos españoles iniciaron la exploración del lugar motivados por una piedra rica en plata que les proporcionó un indígena, lo cual incitó sus deseos de obtener riquezas. Ese mismo año, localizaron una importante veta, la cual conformaría la primera mina descubierta en la región, llamada la *Descubridora de Montserrat*. Este descubrimiento atrajo infinidad de aventureros que buscaban fortuna, por lo que se intensificó la exploración y búsqueda de minas; dos años más tarde se descubrieron nuevas vetas. Esto influyó en el poblamiento del lugar y en su crecimiento demográfico, principalmente por la presencia de familias españolas,



trabajadores de las minas y sus familias, lo cual originó la fundación de la ciudad de Zacatecas el 20 de enero de 1548 (Ortiz, *et. al.*, 2009).

Una vez que se fundó esta población, inicialmente fue conocida como *Las minas de los Zacatecas*. En el año de 1585, el rey Felipe II, por cédula real le concedió el título de *Ciudad de Nuestra Señora de los Zacatecas*, y en 1588, la distinguió con el epíteto de *Muy noble y Leal Ciudad de Zacatecas*, además de que le otorgó su escudo de armas, lo que constituía un privilegio del que gozaron muy pocos pueblos en la Nueva España. Esta ciudad se convirtió en una de las poblaciones más importantes de la Nueva España, después de la ciudad de México (*idem*).

Otra circunstancia que dotó a Zacatecas de especial importancia fue el “establecimiento de órdenes religiosas, como la de los franciscanos, que dieron lugar a un centro de operación misional novohispana y a la fundación de diversos conventos, templos, colegios y bibliotecas que impulsaron el desarrollo cultural por lo que se le conoció con el nombre de *La civilizadora del norte* [...]. Entre los siglos XVI y XVIII, la ciudad se convirtió en el centro desde cual las diversas órdenes religiosas principalmente la de los franciscanos iniciaron la tarea evangelizadora y cultural hacia la porción septentrional del territorio novohispano [...]. La riqueza cultural se vio reflejada en numerosas construcciones de diversa índole, entre otras, contaba con una Caja Real en donde se almacenaba la plata extraída de las minas” (Ortiz, *et. al.*, 2009).

Durante el periodo virreinal se fundaron nuevos poblados, denominados Villas y Reales de Minas; asimismo, con la consecuente colonización y explotación de las minas se levantaron suntuosos edificios religiosos y elegantes mansiones que distinguieron con su imagen la importancia y abolengo de los habitantes de estas ciudades que, como Zacatecas, llegaron a figurar entre las más importantes de la entonces denominada Nueva España (González, 2008).

Demografía

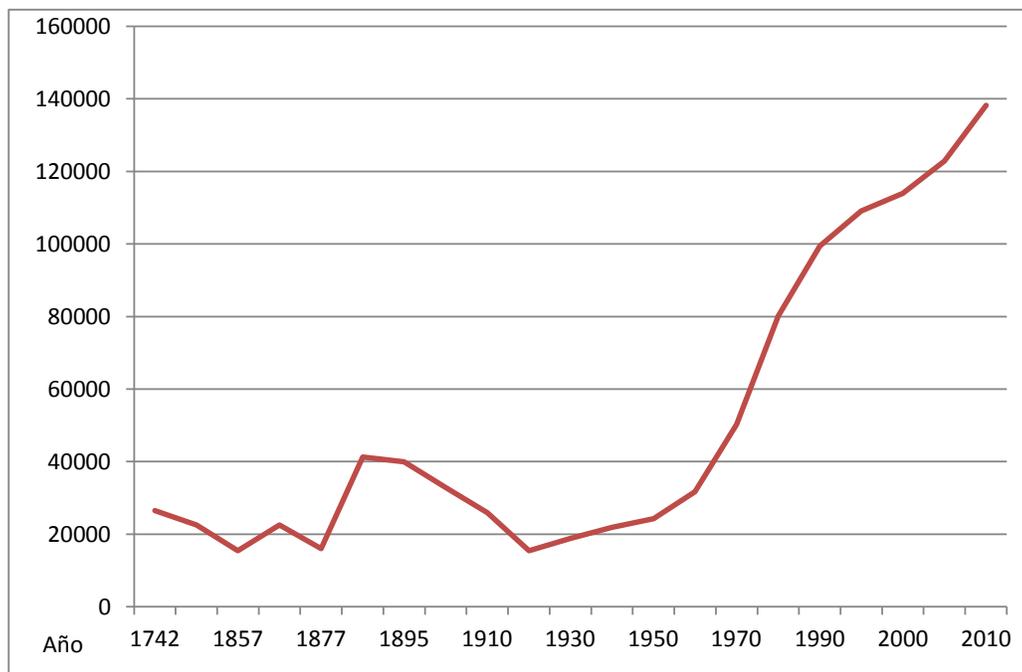
La ciudad tiene una población de 138,176 habitantes (INEGI, 2010) y con 48,488 unidades productivas (INEGI, 2009), de las cuales corresponden 4,964 a la



industria manufacturera; 24,788 al comercio; 17,861 a servicios privados y 875 al resto de los sectores.

La población en Zacatecas en año de 1742 era de 26,500 habitantes. Posterior a esa fecha hay un decremento en dicho número, llegando a 15,427 habitantes en el año de 1857. A partir de entonces se observan constantes fluctuaciones. Por ejemplo, en 1861 el número llega a 22,514; en 1877 a 16,000; en 1892 a 41,271; en 1900 a 32,866 y en 1921 a 15,462. Desde entonces se observa un repunte en la tasa de crecimiento poblacional, llegando a un crecimiento casi de 5.3 veces más que el registro inicial en el período analizado, llegando a 138,176 habitantes en el 2010 (INEGI, 2000- 2010, ver gráfica 8).

Gráfico 8 Población de la ciudad de Zacatecas 1742-2010 (en habitantes)



Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de INEGI, 2000, 2010.

Arquitectura de Zacatecas

Situado a más de 2,400 metros de altura, en un estrecho valle orientado de norte a sur que se agranda hacia la zona de acceso al sur, la antigua villa se estableció en forma sensiblemente triangular, sobre el eje del camino, después “calle real” que



lo enlazaba a la capital del país, a lo largo del río de La Plata, al pie de la ladera surponiente de un macizo rocoso de forma particular llamado cerro de “La Bufa”.

Al irse adaptando y modificando muchas veces la topografía del sitio con trabajos de terracedo y retención, un número importante de grandes monumentos, sobre todo religiosos, fueron construidos y rodeados de un tejido urbano irregular, compuesto de pequeños espacios abiertos, calles y callejuelas en rampa y muy seguido escalonadas que ofrecen perspectivas cortas e inesperadas, y de una extraordinaria riqueza plástica.

La arquitectura zacatecana se vincula con su historia geológica, pues aquella sería impensable sin el uso de la cantera que tantos y anónimos artesanos indígenas y mestizos transformaron en filigrana. En esas obras de arte que decoraron palacios y templos de la nueva y rica sociedad colonial, de la que derivó aquella “aristocracia de la plata”, y de la que también proviniera el florecimiento económico y cultural de esa ciudad.

Muchos de sus edificios son muestras vivientes de la riqueza artística de la época colonial en Zacatecas, como la Catedral, con su intrépida y bizarra combinación de diversos estilos que, cual si fuese un muestrario arquitectónico que registró la producción espiritual-artística de Zacatecas durante más de tres siglos, ofrece sin reservas una incomparable y admirable evolución estilística. Es por ello que esta edificación sea considerada como el último gran monumento u obra maestra del barroco en el norte de México, ya que su punto preponderante es enfocado en la exuberancia de su fachada principal, cuya decoración semeja un imponente tapiz ornamental.

Alrededor de este punto focal, y de sus grandes conjuntos religiosos que albergan ahora nuevos museos de gran interés, se agrupan en un espacio reducido más de cuatrocientos inmuebles históricos, algunos de carácter modesto, pero que se integran armónicamente como conjunto.



La declaratoria de Zacatecas como Ciudad Mexicana Patrimonio de la Humanidad

El esplendor del Centro Histórico de Zacatecas lo constituyen, sin duda, sus monumentos históricos de bella cantera rosa y la irregularidad del trazo de sus calles y laberintos de encanto colonial. La ciudad refleja la riqueza que se extrajo de las entrañas de la tierra, manifestándose en forma de bellas construcciones, obras de arte, joyas y trabajo artesanal.

El Centro Histórico de Zacatecas fue inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial el 11 de diciembre de 1993, bajo los siguientes criterios (ANCMFH, 2009):

II. Atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural o determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes;

Zacatecas fue uno de los principales centros mineros argentíferos, desde el período español, durante la segunda mitad del siglo XVI, hasta el siglo XX. La arquitectura y traza urbana reflejan la importancia económica alcanzada, con el resultante florecimiento cultural que influenció asentamientos de este tipo, en el centro y norte de América.

Jugó un papel importante de centro de colonización, evangelización y difusión cultural hacia grandes territorios de América del Norte.

IV. Constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana;

Zacatecas es un ejemplo excepcional de un asentamiento colonial español que está perfectamente adaptado a las restricciones impuestas por la topografía de una región metalífera-montañosa.

El diseño de su catedral es de una originalidad excepcional además de su armonía general por la profusión de la decoración barroca de sus fachadas y la utilización de mano de obra indígena en la realización de la iconografía católica.



La oferta turística de Zacatecas

Dentro de la oferta turística que promociona esta ciudad, se encuentran los siguientes:

Sitios de interés cultural

Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe, Iglesia de Fátima, Ex Convento de San Francisco, Catedral, Mercado González Ortega, Ex Plaza de Toros, Museo Manuel Felguerez, Ex Templo de San Agustín, Mesón de Jobito, Mina El Edén.

Fiestas y tradiciones

Feria Nacional de Zacatecas, Semana Santa, Día de la Morisma, Día de Nuestra Señora del Patrocinio, Fiestas de la fundación de la Ciudad, Fiesta de la Independencia y Feria del libro y la lectura.

Festivales

Festival internacional de teatro de calle Zacatecas, Festival cultural de Zacatecas, La Morisma de Bracho, Festival de Cine Digital en Zacatecas, Festival Zacatecas del Folclor Internacional, Festival Cultural de la Diversidad Sexual, Coloquio Musical de Zacatecas, Festival Barroco de Guadalupe y Festival Internacional de la Oralidad.

Hospedaje y gastronomía

Actualmente se encuentran registrados un total de 74 hoteles y establecimientos de alojamiento, con una suma de 2,979 habitaciones. En cuanto a gastronomía, el total de restaurantes registrados son 59 (SECTUR, 2009; CPTM, 2009).



V LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LAS CIUDADES COLONIALES MEXICANAS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

Esta sección contiene un análisis sincrónico – comparativo a nivel local, realizado con el objeto de comparar la competitividad del sector turismo de la ciudad de Morelia con sus principales competidores a nivel nacional en función de su dotación de recursos.

Para el fin anterior, se desarrolló una propuesta teórico – metodológica que permitiera construir un *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*. Posteriormente se evaluaron los hallazgos empíricos para realizar el análisis comparativo e interpretar los resultados.

La competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad y su dotación de recursos turísticos

El objetivo específico de este análisis consiste en comparar la competitividad del sector turístico de la ciudad de Morelia con sus principales competidores a nivel nacional en función de su dotación de recursos. Para lograr dicho objetivo, se construyó un *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*, que permitió, en términos comparativos, determinar cuál de estas ciudades es considerada como la más competitiva, de acuerdo a la percepción de los oferentes turísticos con respecto a sus recursos turísticos.

La construcción del *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*, consta de cinco pasos. Su desarrollo metodológico se expone a continuación.



Paso 1. Definición de las dimensiones de la competitividad turística

Las dimensiones que contempla este estudio, son las especificadas en el *Modelo propuesto de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*, definido en el marco teórico-metodológico de esta investigación.

Dicho modelo establece nueve sub-variables, que reformula tomando algunos elementos obtenidos de estudios realizados por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Serrato, et. al., 2007, 2008, 2009), que afirman ser los que generan mayor grado de satisfacción al turista, además de otros de autoría propia.

Tales dimensiones son: Infraestructura, Hospedaje y alojamiento, Atracciones turísticas y culturales, Gastronomía, Transporte, Servicios, Seguridad, Estado de Conservación del destino y Precio.

Para la definición de las dimensiones, se empleó el instrumento de medición (ver anexo 1C) para realizar un análisis de importancia, el cual permitiera determinar si tales dimensiones fueron consideradas como relevantes en las ciudades objeto de estudio.

Dicho análisis se elaboró en base a las calificaciones promedio obtenidas en la aplicación de la encuesta y representa la valoración otorgada a una de las dimensiones e indicadores de la competitividad por ciudad.

Se estableció una escala de 1 a 4; en donde la calificación de 1 significa “nada importante”, mientras que la calificación de 4 significa “muy importante”. Este análisis representa la valoración otorgada a una de las dimensiones de la competitividad por ciudad. A mayor valor, mayor percepción con respecto a la relevancia del indicador; todos fueron considerados como relevantes.



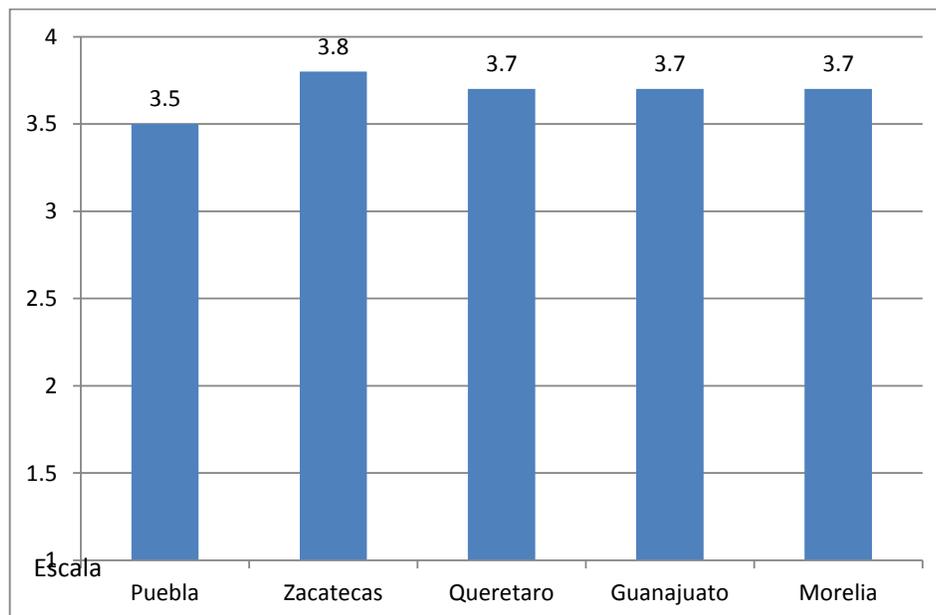
Como se mencionó anteriormente, la dimensión del precio se excluye de este análisis, en virtud de que la evidencia teórica y empírica lo define como un determinante de la competitividad.

El análisis de importancia realizado, arroja los siguientes resultados:

Infraestructura

La dimensión de infraestructura presentó una mayor apreciación en la ciudad de Zacatecas, en donde se obtuvo un valor promedio en la escala de 3.8, seguido de Querétaro, Guanajuato y Morelia, con un 3.7 de calificación. La ciudad en donde es menos valorada la infraestructura es en la ciudad de Puebla, obteniéndose una valoración de un 3.5 en la escala (ver gráfica 9). El promedio de valoración asignado a esta dimensión en las cinco ciudades fue de 3.70.

Gráfico 9 Calificación otorgada a la importancia de *Infraestructura* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



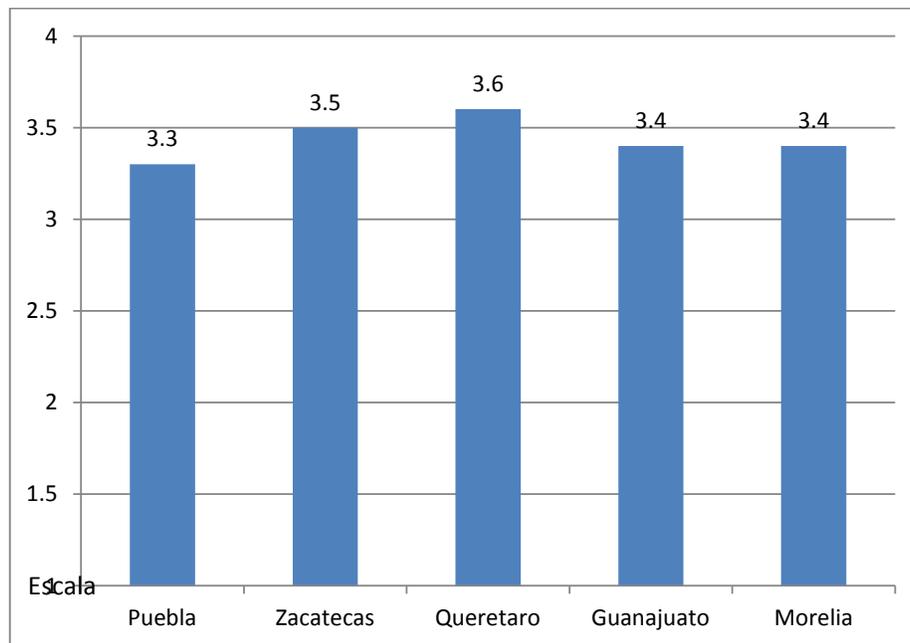
Fuente: Elaboración propia.



Atracciones turísticas y culturales

La dimensión de atracciones turísticas y culturales presentó una mayor valoración en la ciudad de Querétaro, en donde se obtuvo un valor promedio en la escala de 3.6, seguido de Zacatecas con un valor de 3.5; Guanajuato y Morelia con un 3.4; y, por último, Puebla, con un 3.3 en la escala (ver gráfica 10). El promedio de valoración asignado a esta dimensión en las cinco ciudades fue de 3.46.

Gráfico 10 Calificación otorgada a la importancia de las *Atracciones turísticas y culturales* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



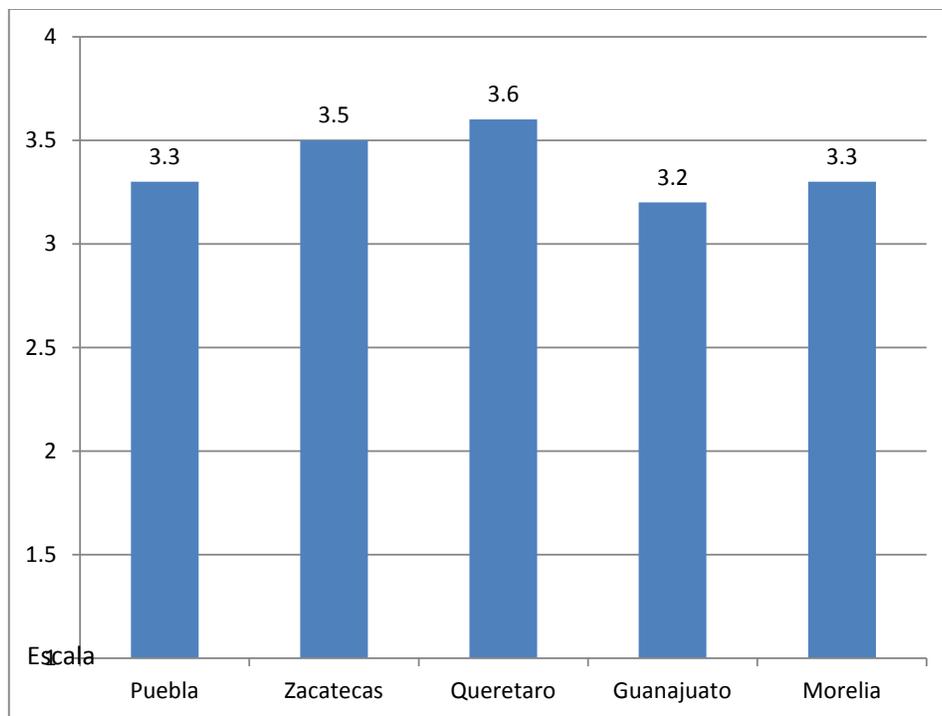
Fuente: Elaboración propia.



Servicios

La dimensión de servicios fue más valorada en la ciudad de Querétaro, con un valor en la escala de 3.6, seguida en orden descendente de Zacatecas con un 3.5; Puebla y Morelia con un 3.3; y, por último Guanajuato con un 3.2 (ver gráfica 11). El promedio de valoración para las cinco ciudades fue de 3.37.

Gráfico 11 Calificación otorgada a la importancia de los *Servicios* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



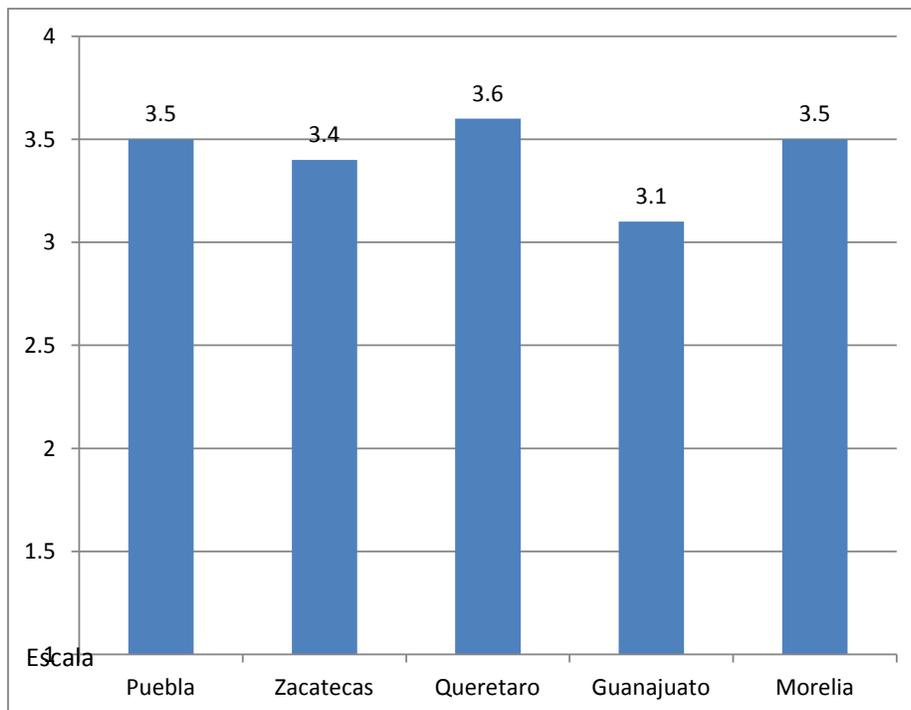
Fuente: Elaboración propia.



Hospedaje y alojamiento

La dimensión de hospedaje y alojamiento presentó más apreciación en la ciudad de Querétaro con un valor de 3.6 en la escala. Tuvo la misma valoración en dos ciudades: Puebla y Morelia con un puntaje de 3.5, siguiendo la ciudad de Zacatecas con un 3.4 y por último Guanajuato, con un 3.1 (ver gráfica 12). El promedio de valoración asignado a esta dimensión en las cinco ciudades fue de 3.43.

Gráfico 12 Calificación otorgada a la importancia del *Hospedaje y alojamiento* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



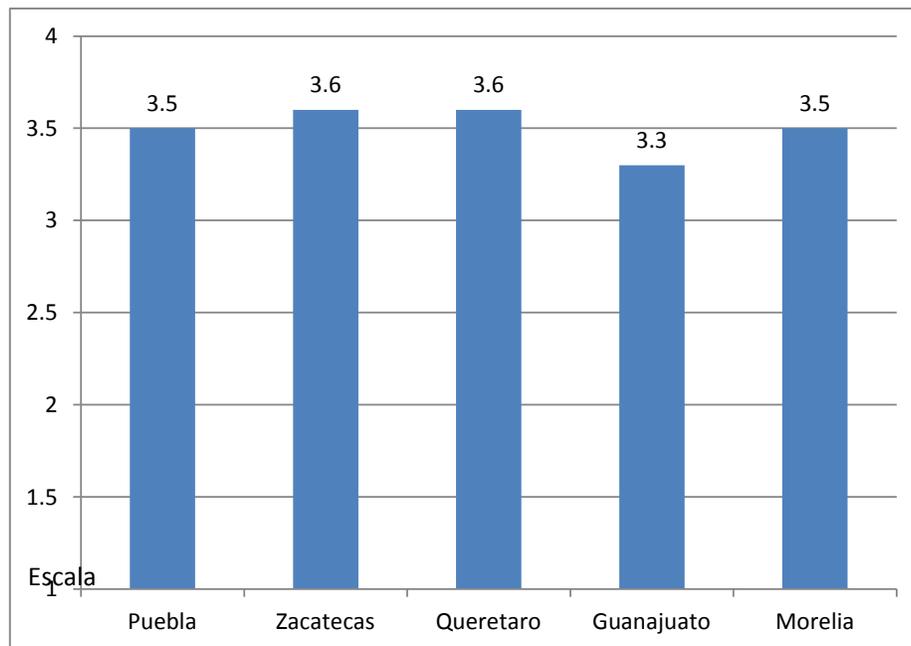
Fuente: Elaboración propia.



Gastronomía

La dimensión de gastronomía fue más apreciada en la ciudad de Zacatecas, donde obtuvo una valoración en la escala de 3.6, seguida por Morelia y Puebla con un 3.5. La ciudad en donde menos se valoró esta dimensión fue en Guanajuato con un 3.3 (ver gráfica 13). El promedio de valoración asignado a esta dimensión en las cinco ciudades fue de 3.5.

Gráfico 13 Calificación otorgada a la importancia de la *Gastronomía* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



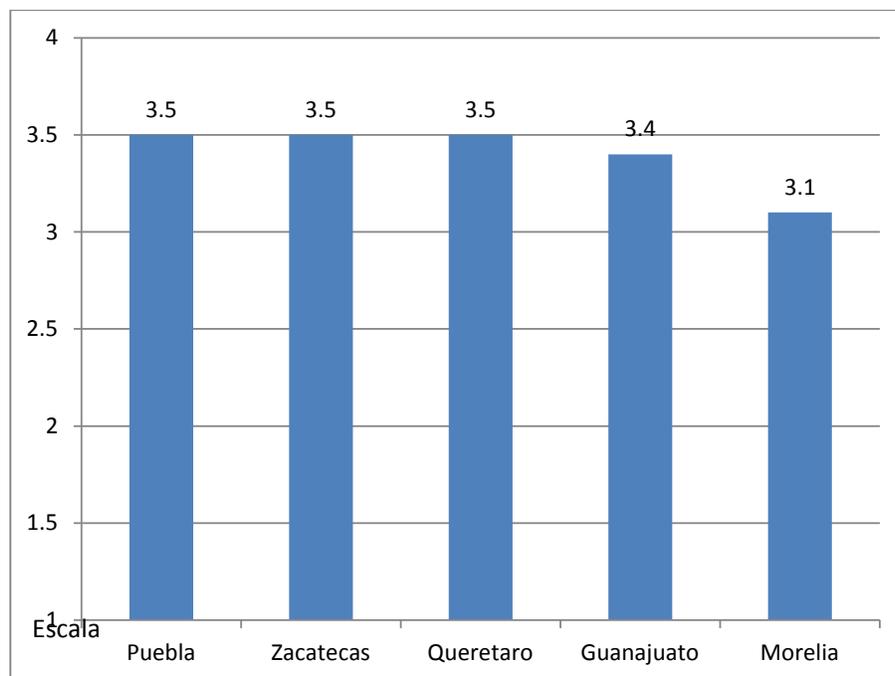
Fuente: Elaboración propia.



Transporte

La dimensión de transporte tuvo igual valoración en las ciudades de Puebla, Zacatecas y Querétaro, con un puntaje de 3.5 en la escala, seguido de Guanajuato con un 3.4, y por último, Morelia con un 3.1 (ver gráfica 14). El promedio de valoración asignado a esta dimensión en las cinco ciudades fue de 3.41.

Gráfico 14 Calificación otorgada a la importancia del *Transporte* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



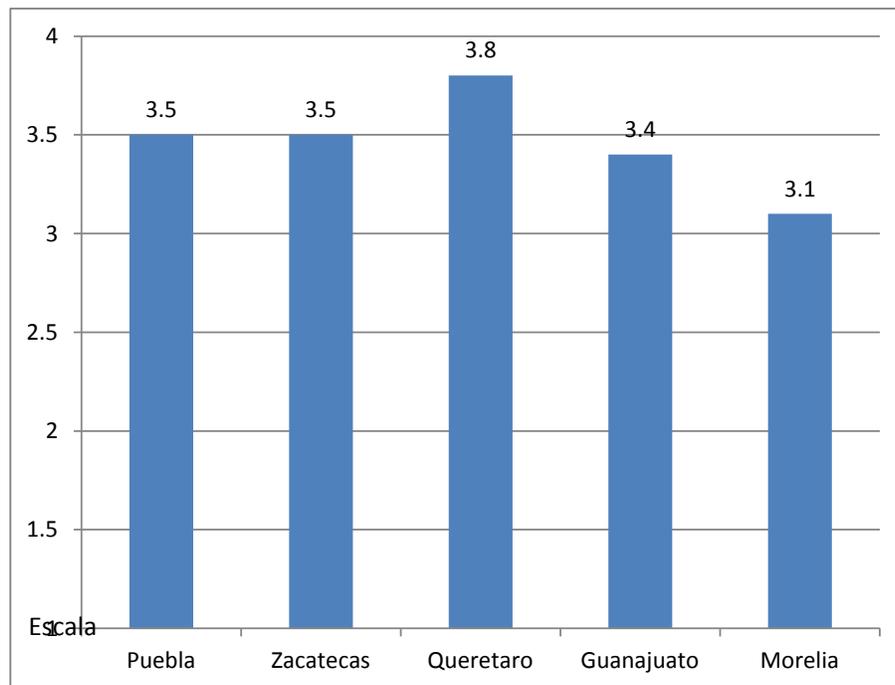
Fuente: Elaboración propia.



Seguridad

La dimensión de seguridad tuvo una mayor calificación, en orden descendente, en Querétaro, con la calificación en la escala de 3.8, seguido por Puebla y Zacatecas con un 3.5; Guanajuato con un 3.4, y por último, Morelia con 3.1 (ver gráfica 15). El promedio de valoración asignado a esta dimensión en las cinco ciudades fue de 3.45.

Gráfico 15 Calificación otorgada a la importancia de la *Seguridad* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



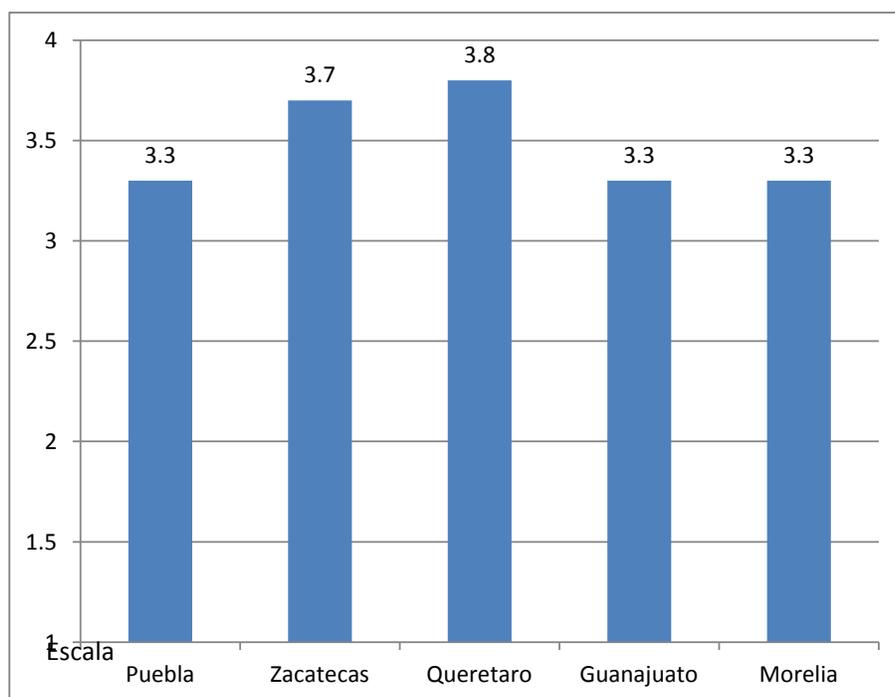
Fuente: Elaboración propia.



Conservación del destino

La ciudad con mejor apreciación sobre la dimensión de conservación del destino fue Querétaro, con un valor de 3.8, seguida por Zacatecas con un 3.7. Las ciudades que menos apreciaron esta dimensión fueron Morelia, Guanajuato y Puebla con un valor de 3.3 en la escala (ver gráfica 16). El promedio de valoración de esta dimensión fue de 3.50.

Gráfico 16 Calificación otorgada a la importancia del *Estado de Conservación* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



Fuente: Elaboración propia.



Los resultados arrojados denotan que todas las dimensiones son consideradas como relevantes para el oferente turístico. Este análisis también permite determinar la importancia relativa de cada una de las dimensiones con respecto a otras.

Una vez que se determinan las dimensiones, se procede a realizar un análisis factorial de los resultados obtenidos de cada una de ellas.

Paso 2. Evaluación del grado de relación entre las dimensiones definidas

Además de haber analizado las calificaciones otorgadas a las dimensiones de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, se requiere evaluarlas entre sí, para buscar que exista una correlación significativa entre ellas, para lo cual se realiza un análisis factorial.

El análisis factorial se utiliza con el objeto de determinar si existe una correlación significativa entre las dimensiones propuestas y entre sus indicadores definidos. Se busca demostrar que son representativos para efectos de la construcción del índice y justificar su uso. Dicha técnica determina el número de dimensiones capaces de explicar la información contenida en una investigación.

De acuerdo a Serrato (*et. al.*, 2010), es deseable que exista una correlación alta entre las variables; el criterio es que un buen número de correlaciones tengan valores mayores a +/- 0.30 entre las variables; Para efectos de esta investigación, se toma como criterios de interpretación respecto a los valores en el coeficiente, los siguientes: a) Valores de 0 - relación nula; b) de 0 a 0.2 – relación muy baja; c) de 0.2 a 0.4 – relación baja; d) de 0.4 a 0.6 – relación moderada; e) de 0.6 a 0.8 – relación alta; f) de 0.8 a 1- relación muy alta; y, g) de 1 – relación perfecta.

Los resultados obtenidos del análisis factorial, realizado con el método de los componentes principales y con el programa computacional de SPSS (ver anexo 3) determinaron que la mayoría de las dimensiones presenta algún grado de correlación entre sí, como se desglosa a continuación:



Infraestructura

Esta dimensión obtuvo una correlación alta con respecto a la dimensión de atracciones turísticas. Se observa una relación moderada con respecto a la conservación; una relación baja con respecto a servicio y transporte; y una relación no significativa con respecto a hospedaje y alojamiento, gastronomía y seguridad.

Atracciones turísticas

Tuvo una correlación estadísticamente significativa (muy alta) con respecto a dos de las dimensiones analizadas: servicios y conservación. Se obtuvo una correlación alta con respecto a la infraestructura; una moderada con respecto a la gastronomía y a la seguridad; una baja con respecto a hospedaje y alojamiento y una relación no significativa con respecto a transporte.

Servicios

En cuanto a las dimensiones de gastronomía, atracciones turísticas y conservación, el grado de correlación existente es muy alto; hay una relación alta con respecto a hospedaje y alojamiento y seguridad; una moderada con respecto al transporte; y, una baja con respecto a la infraestructura.

Hospedaje y alojamiento

Esta dimensión presenta una correlación muy alta con respecto a gastronomía; una alta con respecto a servicios y una moderada con respecto a la conservación y una baja con respecto a las atracciones culturales. Sin embargo, presenta una relación no significativa con respecto a infraestructura, transporte y seguridad.



Gastronomía

En esta dimensión se destaca una muy alta correlación con hospedaje y alojamiento y servicios. La dimensión de conservación obtuvo una correlación alta. Se observa una relación moderada con respecto a la dimensión de seguridad y atracciones turísticas; y, una relación baja con respecto al transporte. No presenta relación alguna con respecto a la infraestructura.

Transporte

Esta dimensión presenta una importancia muy alta con respecto a la dimensión de seguridad; una moderada con respecto a la conservación y el servicio; una baja con respecto a la gastronomía y a la infraestructura; y, una no significativa con respecto a atracciones turísticas y hospedaje y alojamiento.

Seguridad

La dimensión de seguridad presenta una relación muy alta con respecto al transporte. La conservación y los servicios presentan una relación alta; las atracciones turísticas y la gastronomía moderada; y, la infraestructura, el hospedaje y alojamiento una relación no significativa.

Estado de conservación del destino

La dimensión conservación presenta una correlación muy alta con respecto a los atractivos turísticos y los servicios; una alta con respecto a la seguridad y la gastronomía; y, una moderada con respecto a la infraestructura, el hospedaje y alojamiento y el transporte.

En términos generales, la mayoría de todas las dimensiones aquí presentadas denotan algún grado de correlación entre sí. El porcentaje de dimensiones no correlacionadas es del 20%, mientras que un 80% de dimensiones se correlacionan. A pesar de que los resultados arrojan correlaciones con valores no significativos entre algunas de las dimensiones, todas son consideradas para la construcción del índice, bajo los siguientes argumentos:



“Los investigadores de la mayoría de los campos se han acostumbrado al coeficiente de correlación (...). Posee la ventaja de ser de fácil interpretación, y su recorrido va de -1 a 1 (...). Si todos los puntos se hallan exactamente sobre la recta, el valor será 1 o -1, según que la relación sea positiva o negativa. Y si los puntos están dispersados al azar, r será cero. Cuanto mejor sea el ajuste, mayor será la magnitud de r^{13} (...). El lector no debe caer en el error de suponer que si $r = 0$ no existe relación alguna (...). Puede haber una relación perfectamente curvilínea y, con todo, ser r cero, indicando que no se da recta alguna que satisfaga los datos (...). Por lo tanto, si el investigador encuentra una correlación de cero, habrá de precaverse contra la deducción de que no existe relación entre las variables” (Blalock, 1986).

Se debe entonces verificar la interpretación correcta de los coeficientes de correlación. Si apelamos a la lógica, es posible explicar que no exista relación directa, desde el punto de vista del turista, de algunas dimensiones, como por ejemplo, de la infraestructura colonial con la seguridad, la gastronomía o el hospedaje; o del hospedaje con la seguridad. Si apelamos a las calificaciones otorgadas a las dimensiones de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, se observa que sus valores promedio denotan que, en escala de 0 a 4, las dimensiones definidas tuvieron un puntaje de importancia de 3, el cual significa “importante”. Esto refleja la apreciación que se tiene con respecto a su significancia para el desarrollo turístico.

Lo anterior justificar la posibilidad de incluir todas las dimensiones para la construcción del índice, a pesar de algunos valores de baja correlación presentados¹⁴. Para evaluar dicha posibilidad, el mismo análisis factorial, bajo el método de los componentes principales, conduce a la correcta interpretación de los coeficientes de correlación mediante el análisis de las comunalidades.

¹³ r = coeficiente de correlación de Pearson.

¹⁴ La decisión se basa en el supuesto de que no necesariamente debe existir una relación lineal con respecto a las dimensiones que presentan una baja correlación. El análisis de importancia denota que todas las dimensiones son consideradas como “muy importantes” en los datos de la muestra.



Las comunalidades permiten determinar los factores que deben extraerse de un análisis, si es que tienen poca capacidad explicativa en el modelo, o viceversa, los que deben incluirse debido a que revelan capacidad para interpretar el modelo.

Los resultados del análisis de los datos de las comunalidades, procesados en SPSS muestran tres columnas:

- a) La primera columna muestra los factores (en este caso dimensiones) a evaluar.
- b) La segunda columna indica los valores de la escala del coeficiente, que será igual a 1 (para los análisis de correlación). Para otros métodos de extracción, estos valores son la proporción (por análisis de correlación) o la cantidad (para los análisis de covarianza) de varianza explicada en cada variable por el resto de las variables.
- c) La tercera columna es el valor de extracción; indica las estimaciones de la varianza en cada variable correspondiente a todos los componentes (dimensiones) en los factores de solución. Los valores pequeños (menores a 0.6) indican las variables que no encajan bien con la solución de los factores, por lo que ser excluidos del análisis. Valores mayores a 0.6, encajan perfectamente en la solución, por lo que deben incluirse como componentes del análisis.

Este método asume que es posible explicar el 100% de la varianza observada, y por ello, todas las comunalidades iniciales son iguales a la unidad.

A partir de la tabla de comunalidades podemos explicar si el número de factores obtenido es suficiente para explicar todas y cada una de las variables incluidas en el análisis, o si debemos extraer algunas variables del mismo.

De acuerdo al análisis realizado en este estudio, las comunalidades obtenidas denotan valores muy altos, cercanos a la unidad, lo cual indica que todos los factores tienen capacidad explicativa en el modelo, por lo que deben ser incluidos en la investigación (ver tabla 45).



Tabla 44 Comunalidades de las sub-variables del *Modelo propuesto de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*

Dimensión	Inicial	Extracción
Infraestructura	1.000	.975
Atracciones turísticas	1.000	.931
Servicios	1.000	1.000
Hospedaje y alojamiento	1.000	.990
Gastronomía	1.000	.931
Transporte	1.000	.948
Seguridad	1.000	.966
Estado de conservación	1.000	.999

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos bajo el método de análisis factorial de los componentes principales.

El análisis hasta ahora expuesto justifica el uso de todas las dimensiones propuestas en el *Modelo propuesto de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad* para la construcción del índice.

Una vez que se determinaron las dimensiones, se procedió a validar el uso de todos los indicadores propuestos. Se realizó un nuevo análisis de comunalidades, en donde se determinaron los indicadores que debían de extraerse del modelo por su poca capacidad explicativa.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Casi todos los indicadores denotan valores altos, cercanos a la unidad, lo cual significa que deben incluirse en el modelo. El único indicador que resultó con poca capacidad explicativa es el de la ubicación geográfica (ver tabla 46), por lo que dicho indicador fue excluido del modelo propuesto.



Si bien, este modelo se basa en el modelo de competitividad de Acerenza, que afirma que la competitividad se deriva de las ventajas estructurales, “dadas por la ubicación geográfica en donde se encuentra la infraestructura turística, en relación a la cercanía de los mercados emisores, y la relación tiempo – costo para llegar al destino de esos mercados”, el análisis de las comunales realizado denota que la ubicación geográfica no es relevante para los encuestados de la muestra, lo cual desvirtúa dicho indicador como generador de competitividad. Es por ello que en el *Modelo propuesto* se plantean las ventajas competitivas estructurales como la dotación de recursos turísticos que posee un destino; se considera que existen ventajas competitivas creadas por el hombre, que no son necesariamente vinculadas a la geografía de un destino, y que tienen que ver más con aspectos económicos, culturales o sociales (ver tabla 45),



Tabla 45 Comunalidades de los indicadores del *Modelo propuesto de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*

	Inicial	Extracción
Importancia de los <i>Espacios culturales e históricos</i>	1.00	.829
Importancia de los <i>Sitios Patrimonio de la Humanidad</i>	1.00	.661
Importancia de los <i>Eventos culturales</i>	1.00	.804
Importancia de las <i>Actividades de esparcimiento</i>	1.00	.707
Importancia del <i>Legado histórico y cultural</i>	1.00	.665
Importancia de la <i>Información turística</i>	1.00	.640
Importancia de la <i>Hospitalidad y trato</i>	1.00	.657
Importancia de la <i>Rapidez en la atención</i> en servicios al turista	1.00	.787
Importancia de los <i>Establecimientos que ofrecen servicios al turista</i>	1.00	.777
Importancia del <i>Alojamiento y hospedaje</i>	1.00	.744
Importancia de la <i>Higiene en alimentos y bebidas</i>	1.00	.823
Importancia de la <i>Calidad y variedad en alimentos y bebidas</i>	1.00	.769
Importancia del <i>Sistema y la capacidad vial</i>	1.00	.806
Importancia de las <i>Vías de acceso</i> a las zonas turísticas	1.00	.845
Importancia de la ubicación geográfica	1.00	.485
Importancia de la <i>Seguridad turística</i>	1.00	.846
Importancia de la <i>Limpieza y pulcritud</i> del destino	1.00	.641
Importancia del <i>Estado de conservación</i> del destino	1.00	.758

Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos bajo el método de análisis factorial de los componentes principales.

Una vez que han quedado definidas las sub-variables y los indicadores que se considerarán para integrar el índice, se procede a calcular el peso que tendrá cada una de ellas en su construcción. Cabe mencionar que el análisis factorial permite precisar los ponderadores de las dimensiones incluidas. Sin embargo, esta ponderación no se



define por el mencionado análisis, debido a que uno de los criterios previos fue la exclusión de la dimensión precio. Esto obedece a dos razones principales ya mencionadas. Primero, el precio posee un carácter cuantitativo, por lo que no es correcto someterlo a un análisis con elementos de carácter cualitativo que miden a nivel de la percepción de las personas. Segundo, porque hay evidencia teórica y empíricamente que demuestran que el precio es un determinante de la competitividad. Por esta razón, el análisis factorial se utiliza exclusivamente para determinar las dimensiones cualitativas que deben incluirse en esta investigación.

El tratamiento que se le ha dado al precio, en virtud de ser el único indicador con características cuantitativas, consiste en lo siguiente:

1) Se recopila el Índice de Precios al Consumidor (IPC) para cada una de las ciudades objeto de estudio. Los valores obtenidos del Índice nacional de precios al consumidor, correspondientes al promedio anual del año 2009, son los siguientes: para Zacatecas \$105; Querétaro \$127; Guanajuato \$133; Puebla \$161; y, Morelia \$177 (ver tabla 26).

2) Los valores del IPC se someten a un proceso de normalización.

La normalización se utiliza con el objeto de establecer un nivel de ordenamiento que permita medir exactamente las variaciones entre los IPC de cada ciudad, para lo cual se establece un conjunto de reglas que permitan asegurar la integridad y la consistencia en la información.

Comprende las siguientes reglas:

- a) Se define el valor del IPC más elevado, al que le llamaremos límite superior. Se toma un valor de 177.
- b) Al límite superior se le resta el IPC de cada ciudad para obtener la variación o distancia entre cada IPC (ver Ec. 3).
- c) Se saca una sumatoria de todos los valores obtenidos (x), es decir, de la sumatoria de las distancias de los IPC (Ver Ec. 4).
- d) Se obtiene la calificación otorgada en dicho indicador para cada una de las ciudades, expresada en porcentaje, dividiendo 100 entre la sumatoria de las



distancias de los IPC; posteriormente dicho valor se multiplica por $x_1, x_2 \dots x_n$, para obtener los valores porcentuales correspondientes a cada una de las ciudades.

- e) Se homogeneizan las escalas cualitativas y cuantitativas.

Dado que, la escala del instrumento de medición para indicadores cualitativos comprende valores de 1 a 4, mientras que la escala para obtener la calificación por ciudad para el precio tiene un rango de 1 a 100, es necesario homologar escalas. Los resultados de las calificaciones obtenidas respecto a ambas escalas se convierten a porcentajes: se divide el valor más alto entre 100 y luego se multiplica cada dato por el índice obtenido de la división (ver tabla 46).

Una vez que se tienen ambos indicadores similares, se procede a obtener las ponderaciones para cada una de las dimensiones.

Tabla 46 Calificación porcentual otorgada en el indicador precio en las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad

Ciudad	IPC	Variación / distancia IPC	% de cada IPC
Zacatecas	105	72	39.56
Querétaro	127	50	27.47
Guanajuato	133	44	24.18
Puebla	161	16	8.79
Morelia	177	0	0
$\Sigma X =$		182	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras del Banco de México, 2010.



Paso 3. Obtención de las ponderaciones de las dimensiones

Para obtener el valor ponderado de las dimensiones, se emplea el Análisis de decisiones multicriterio con el método denominado Proceso Jerárquico Analítico (Saaty, 1980).

Para realizar dicho análisis, se tomaron las calificaciones porcentuales obtenidas, tanto de la aplicación del instrumento de medición (ver encuesta, anexo 1) que evalúan la importancia relativa de cada uno de las dimensiones e indicadores definidas como determinantes de la competitividad, como del indicador cuantitativo (precio, ver tabla 26). Se utilizó el programa computacional de ExpertChoice para contrastar dichos resultados; se comparó de par en par los valores obtenidos de todas las dimensiones e indicadores para determinar la importancia relativa de una dimensión sobre otra con relación al objetivo propuesto. La evaluación se representa mediante matrices, que arrojan relaciones de consistencia con respecto a las dimensiones comparadas.

La interpretación de las relaciones de consistencia es la siguiente: una relación de consistencia de 0.10 o inferior, se considera aceptable. Entre más cercano a cero de encuentre la relación, mejor es la elección mostrada.

El análisis del Proceso Jerárquico Analítico arrojó los siguientes resultados: la dimensión que presenta un valor de ponderación mayor, es la de infraestructura, con un valor de 0.189, seguido del precio con un puntaje de 0.156. Las atracciones culturales, la gastronomía, la seguridad y la conservación obtienen una calificación de 0.106. Las dimensiones que obtuvieron una menor ponderación son las de servicios, hospedaje y transporte, con un valor de 0.076. El valor de inconsistencia es de 0.00746, lo cual significa que la evaluación con respecto a las decisiones de ponderación son bastante aceptables (ver tabla 47).



Tabla 47 Valores de ponderación de las sub-variables

Priorities with respect to: Goal: índice	
1 Infraestructura	0.189
2 Atracciones turísticas y culturales	0.106
3 Servicios	0.076
4 Hospedaje y alojamiento	0.076
5 Gastronomía	0.106
6 Transporte	0.076
7 Seguridad	0.106
Estado de conservación del	
8 destino	0.106
9 Precios	0.156

Inconsistency = 0.00746
with 0 missing judgments.

Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos bajo el método de Análisis de Proceso Jerárquico Analítico.

Paso 4. Construcción del *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*

Una vez que se han determinado las dimensiones y sus respectivas ponderaciones, se procede a la construcción del *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*.

El *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad* es una suma ponderada de los índices de desempeño en cada una de las dimensiones propuestas: Infraestructura, Atracciones turísticas y culturales, Servicios, Hospedaje y alojamiento, Gastronomía, Transporte, Seguridad, Estado de conservación del destino y Precios (ver Ec. 5).

El *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad* tiene una escala con valores de van de 0 a 1. Entre mayor sea el



índice, mayor competitividad turística. Esta escala se obtiene de dividir los resultados promedio ponderados, obtenidos de cada uno de los indicadores (expresados en porcentaje) por ciudad entre 100.

Una vez definidas las dimensiones, los indicadores, la fórmula con la cual se medirán y la escala de medición del índice, se procede a sustituir los valores de cada dimensión y multiplicarlo por sus ponderaciones asignadas.

De acuerdo a los valores recolectados por la encuesta, (mostrados en el análisis de importancia), traducidos a porcentaje, para la dimensión de infraestructura, se toma como el promedio local, un valor de 3.5 para Puebla; de 3.8 para Zacatecas; y de 3.7 para Guanajuato, Querétaro y Morelia. En cuanto a atracciones turísticas, el valor promedio de Puebla es de 3.3; de Zacatecas 3.5; de Querétaro de 3.6; y, de Guanajuato y Morelia 3.4. Para la dimensión de servicios, el promedio de Puebla es de 3.3; de Zacatecas 3.5; de Querétaro 3.6; de Guanajuato 3.2; y, de Morelia 3.3. En hospedaje, el promedio obtenido en Puebla es de 3.5; en Zacatecas 3.4; en Querétaro 3.6; en Guanajuato 3.1; y, en Morelia 3.5. En la dimensión de gastronomía se obtuvo como promedio un 3.5 en Puebla; 3.6 en Zacatecas y Querétaro; 3.3 en Guanajuato y 3.1 en Morelia. En cuanto a seguridad, los valores promedio son 3.5 en Puebla y Zacatecas; 3.8 en Querétaro; 3.4 en Guanajuato; y, 3.1 en Morelia. En la dimensión de conservación, el promedio es de 3.3 en Puebla, Guanajuato y Morelia; 3.7 en Zacatecas; y, 3.8 en Querétaro (ver tabla 48).



Tabla 48 Calificaciones otorgadas a cada una de las sub-variables del *Modelo de competitividad turística propuesto para las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*

Ciudad/ Dimensión	Infraestructura	Atracciones Turísticas	Servicios	Hospedaje	Gastronomía	Transporte	Seguridad	Conservación
Puebla	3.5	3.3	3.3	3.5	3.5	3.5	3.5	3.3
Zacatecas	3.8	3.5	3.5	3.4	3.6	3.5	3.5	3.7
Querétaro	3.7	3.6	3.6	3.6	3.6	3.5	3.8	3.8
Guanajuato	3.7	3.4	3.2	3.1	3.3	3.4	3.4	3.3
Morelia	3.7	3.4	3.3	3.5	3.5	3.1	3.1	3.3

Fuente: Elaboración propia.

Una vez que se obtuvieron los valores promedio de todas las ciudades, se construye un subíndice por cada dimensión, multiplicando tales promedios, convertidos a porcentaje, por el ponderador de su dimensión (Ver Ec. 5 – 13).

Cada subíndice arroja un valor en escala de 0 a 10. Este valor se obtiene de la multiplicación de la ponderación de cada dimensión por su calificación obtenida. A mayor valor, mayor competitividad.



VI RESULTADOS

En esta investigación se propuso el uso de dos metodologías distintas: una empleada para medir la competitividad del sector turístico en México a nivel internacional en función del nivel de precios; otra para medir la competitividad a nivel local en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, en función de la dotación de recursos turísticos.

Para medir la competitividad del sector turístico en México a nivel internacional en función del nivel de precios, se generó un *índice*, que permita determinar, cuál país/región de la muestra determinada es la que se considera como la más barata para el turista, y por tanto, la más competitiva en precios. Los resultados se muestran, en primer lugar, por subíndices para cada una de las unidades de estudio. En segundo lugar, se presenta el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*, que representa el análisis global, en términos comparativos, de todas las países/ regiones analizadas.

Para medir la competitividad del sector turístico, a nivel local, de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, en función de la dotación de recursos turísticos, se generó otro *índice*, que permita determinar, en términos comparativos, cuál de las ciudades de la muestra determinada es la que se considera como la mejor calificada en sus atractivos turísticos, y por lo tanto, la más competitiva turísticamente.

Los resultados obtenidos se exponen a continuación.



Análisis de competitividad internacional del sector turístico en México: el Índice de Competitividad de Precios Turísticos

A continuación, se muestra en términos comparativos, el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*, presentado en *sub-índices*, de acuerdo a lo obtenido para cada país o región, para los años 2006, 2007 y 2008, con su respectiva variación porcentual respecto al año inicial y al año final. El signo positivo (+) representa una variación positiva en el índice, es decir, un incremento en los valores absolutos de los índices correspondientes. El signo negativo (-) representa una variación negativa en el índice, es decir, un decremento en los valores absolutos de los índices correspondientes.

Dicho *Índice* se expone, primero por *sub-índices*, de manera individual por unidad de observación, con el objeto de realizar un análisis particular para cada región / país. Después se muestra de manera global, el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos*, para comparar cuales fueron los resultados comparativos.

El Sub-Índice de Competitividad de Precios Turísticos de México 2006 – 2008

Los resultados obtenidos muestran una comparación de México con sus competidores. Como se mencionó anteriormente, si los valores muestran un valor mayor a 100, la interpretación es que, México es entonces más competitivo.

La siguiente tabla expresa valores superiores a 100 en todos los años y para todos los competidores. Es decir, México muestra el mayor Índice de Competitividad de Precios Turísticos con respecto a sus competidores durante todo el período de análisis, por lo que se le considera como el país más competitivo en precios.

Sin embargo, al observar la variación porcentual obtenida en dicho período, se advierte que, para el caso de México, el *sub-índice* experimenta una tendencia a la baja en relación con Canadá (-4.53) y con los Estados Unidos de América (2.34); así como un incremento (0.66) si se le compara con la Unión Europea (ver tabla 49).



Esto significa que en el período analizado, México está perdiendo competitividad con respecto a Canadá y Estados Unidos, caso contrario a lo que sucede con la Unión Europea, donde la incrementó.

Tabla 49 Variación e *Índice de Competitividad de Precios Turísticos de México*
(2006 – 2008)

Año	Índice de competitividad de precios 2006	Índice de competitividad de precios 2007	Índice de competitividad de precios 2008	Var. Porcentual PIC 2006 – 2008
Canadá	120.39	117.24	115.17	- 4.53
Estados Unidos	115.18	113.67	112.55	- 2.34
Unión Europea	103.81	108.53	104.5	+ 0.66

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

El Sub-Índice de Competitividad de Precios Turísticos de la Unión Europea 2006 – 2008

Para el caso de la Unión Europea, se observa que los valores obtenidos en el *Sub-índice* son superiores a 100 en todos los casos de comparación, excepto con México, que muestra valores menores para todo el período analizado. Esto significa que la Unión Europea posee mayor competitividad de precios en relación a Canadá y Estados Unidos, pero no con respecto a México. De esta forma, se deduce que la Unión Europea es quien ocupa el segundo lugar en competitividad de precios turísticos.

Otro aspecto denotado, es que la Unión Europea muestra una tendencia positiva en la variación porcentual de su *Subíndice* para Estados Unidos (1.10) y México (2.38). Para el caso de Canadá, muestra una variación porcentual negativa (-2.04) en el período analizado (ver tabla 50). Lo anterior significa que el comportamiento de la competitividad de la Unión Europea se incrementó



positivamente con respecto a Estados Unidos y México, pero decremento frente a Canadá.

Tabla 50 *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* de la Unión Europea (2006 – 2008)

Año	Índice de competitividad de precios 2006	Índice de competitividad de precios 2007	Índice de competitividad de precios 2008	Var. Porcentual PIC 2006 – 2008
Canadá	109.64	108.02	107.45	- 2.04
Estados Unidos	104.89	104.83	105.00	+ 1.10
México	91.07	92.14	93.29	+ 2.38

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 - 2001 .

El Sub-Índice de Competitividad de Precios Turísticos de Estados Unidos 2006 – 2008.

Para el caso de Estados Unidos, se observa que los resultados son superiores a 100 para el caso de su comparación con Canadá, mientras que para la Unión Europea y México son inferiores a 100 (ver tabla 51). Esto significa que Estados Unidos posee una mayor competitividad de precios que Canadá, y una menor con respecto a la Unión Europea y México, posicionándose en el lugar número 3.

En cuanto a la variación porcentual obtenida, se muestra un decremento en los valores con respecto a Canadá (-2.14) y la Unión Europea (-2.72) y un incremento con respecto a México (2.28), para todo el período analizado (ver tabla 51).



Tabla 51 Índice de Competitividad de Precios Turísticos de Estados Unidos (2006 – 2008)

Año	Índice de competitividad de precios 2006	Índice de competitividad de precios 2007	Índice de competitividad de precios 2008	Var. Porcentual PIC 2006 – 2008	
Canadá	104.52	103.04	102.33	-	2.14
Unión Europea	97.83	95.39	95.24	-	2.72
México	86.82	87.89	88.85	+	2.28

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

Índice de Competitividad de Precios Turísticos de Canadá 2006 – 2008.

Los valores obtenidos para Canadá resultan inferiores a 100, para el caso comparativo de todos sus competidores. La interpretación de tales resultados, significan que Canadá ocupa el último lugar en competitividad de precios turísticos respecto a los países seleccionados.

A pesar de ello, se observa que presenta una tendencia a la alza en su variación porcentual en el período analizado, en relación a todos sus competidores: con México hay un incremento de 2%; con la Unión Europea de un 2.01% y de México de un 4.33%. Dicho aumento puede advertir que, mantenerse así a largo plazo, Canadá podría superar a sus competidores en su competitividad de precios (ver tabla 52).



Tabla 52 Índice de Competitividad de Precios Turísticos de Canadá (2006 – 2008)

Año	Índice de competitividad de precios 2006	Índice de competitividad de precios 2007	Índice de competitividad de precios 2008	Var. Porcentual PIC 2006 – 2008
Estados Unidos	95.67	97.05	97.62	+ 2.00
Unión Europea	91.20	92.57	93.07	+ 2.01
México	83.06	85.30	86.82	+ 4.33

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

De acuerdo al *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* obtenido, el país que presenta un mayor índice, y por tanto, es más competitivo es México. En orden de mayor competitividad a menor, México es seguido por la Unión Europea, Estados Unidos y por Canadá, en último lugar.

Una vez que se obtuvieron los resultados correspondientes al análisis internacional de la competitividad turística de México, se procede a exponer los resultados obtenidos de la escala local.



Análisis de competitividad local del sector turístico en México: el Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

Los resultados arrojados por la metodología para determinar la competitividad de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad se presentan de la siguiente forma:

En primer lugar, se desprenden las calificaciones obtenidas por el instrumento de medición (ver anexo 1A) de cada uno de los indicadores utilizados para medir la competitividad turística

En segundo lugar, se exponen los resultados generados para la construcción de los subíndices. Se generó un *Subíndice de competitividad turística* por cada una de las dimensiones del Modelo de competitividad turística propuesto para las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009).

En tercer lugar, se presenta el *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*, el cual se compone de la sumatoria de los *Subíndices de competitividad turística*, que se integran de la suma ponderada de cada una de las dimensiones multiplicada por los valores correspondientes a cada una de las ciudades objeto de estudio.

Valoración de los indicadores de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

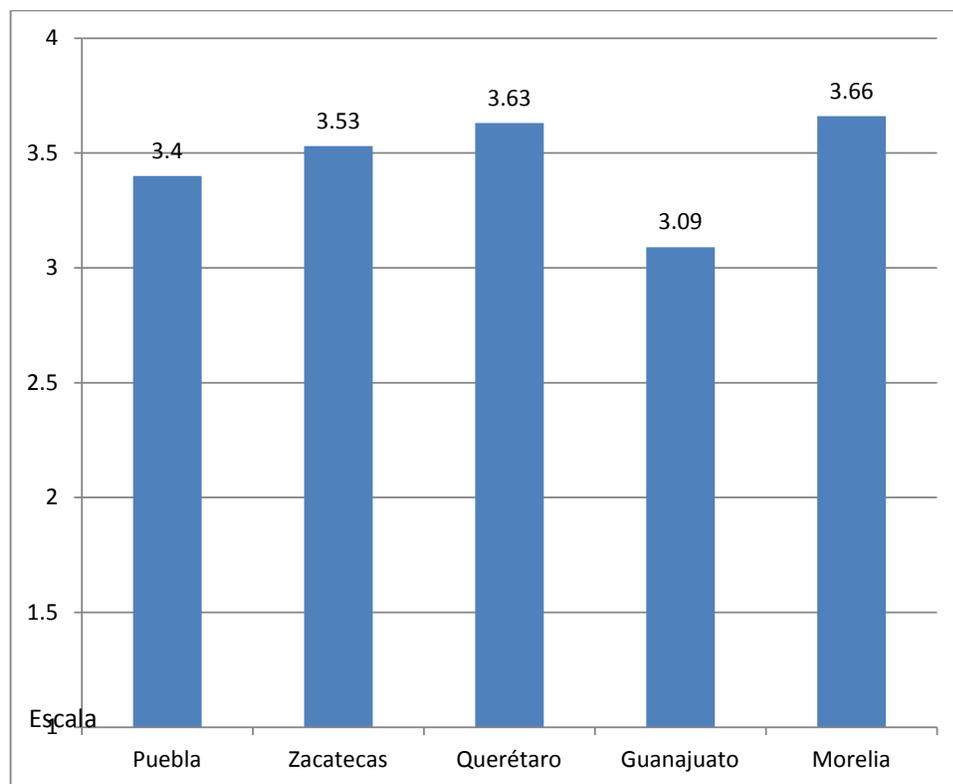
Los resultados obtenidos por el instrumento de medición para cada uno de los indicadores se presentan en escala de 1 a 4, donde: 4=Excelente; 3=Bueno; 2=Regular; y, 1=Malo. Las calificaciones son las siguientes:



Evaluación sobre los *Edificios y Sitios históricos y culturales* de atracción turística

En este rubro, la ciudad mejor evaluada fue la ciudad de Morelia, con una calificación de 3.66; seguida de Querétaro con 3.63; Zacatecas con 3.53; Puebla con 3.4; y, por último, Guanajuato con 3.09 de calificación.

Gráfico 17 Calificación otorgada a los *Edificios y Sitios históricos y culturales* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



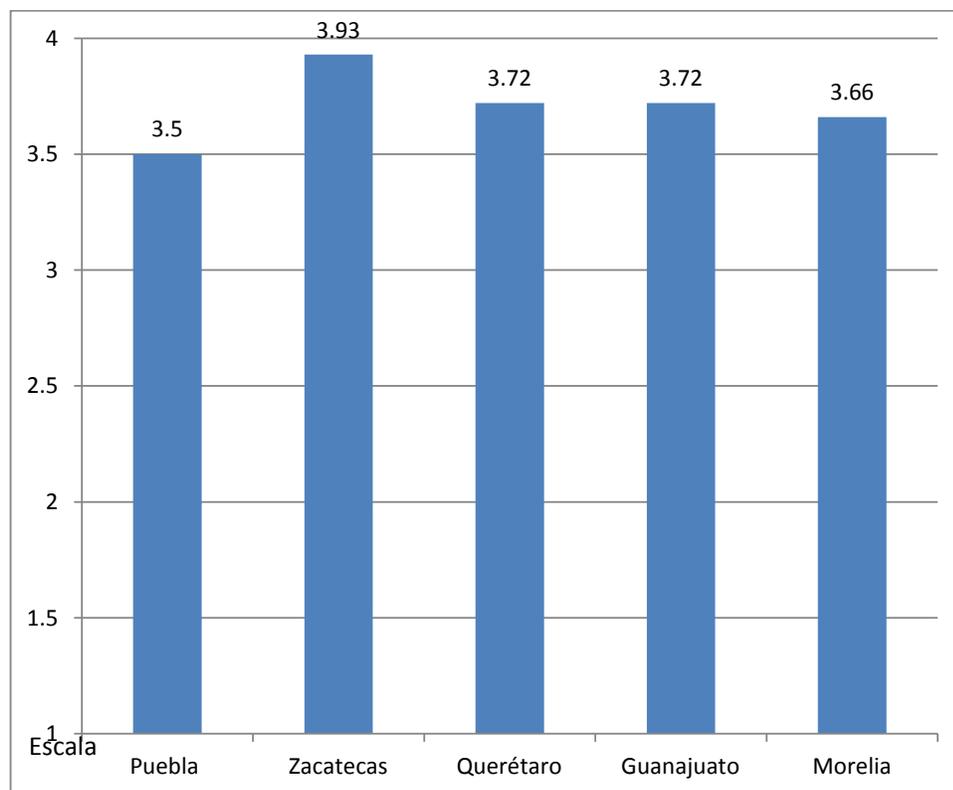
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación sobre la declaratoria de los *Sitios Patrimonio de la Humanidad* como atractivo para el turista

La ciudad que mejor evaluó su declaratoria de *Sitio Patrimonio de la Humanidad* como atractivo para el turista fue la ciudad de Zacatecas, con una calificación de 3.93, seguida por Querétaro y Guanajuato con 3.72; Morelia con 3.66; y, por último, Puebla con 3.5 de calificación.

Gráfico 18 Calificación otorgada a la declaratoria de *Sitios Patrimonio de la Humanidad* como atractivo turístico (2009)



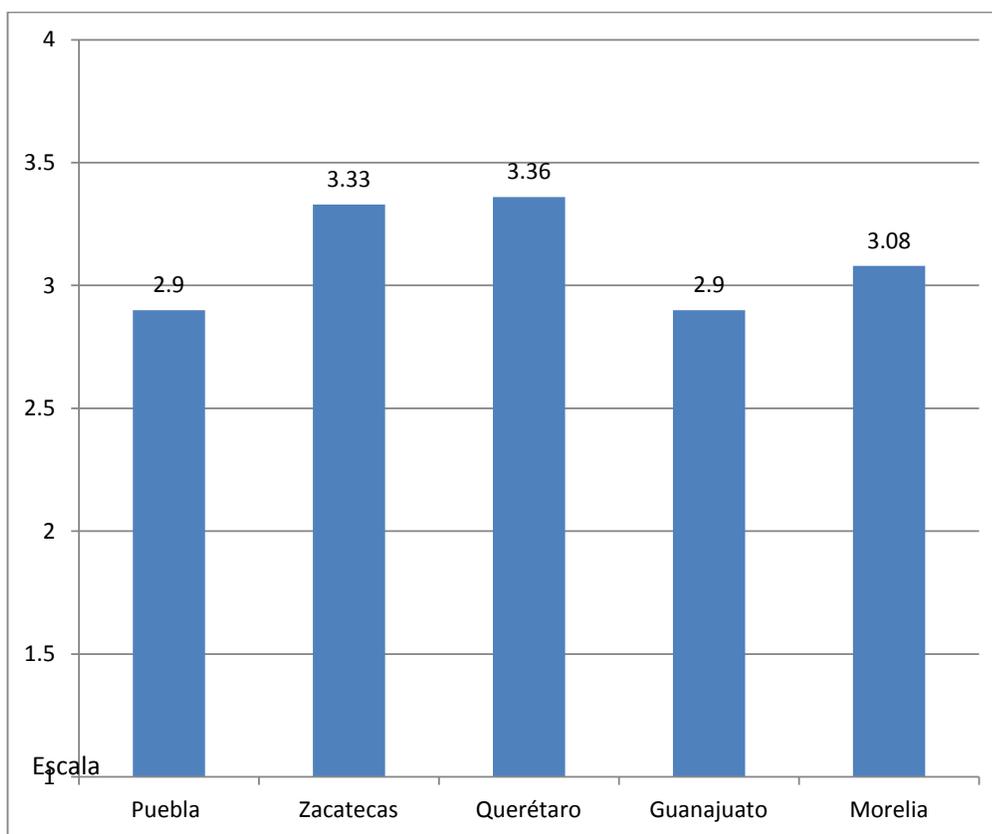
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación sobre los *Eventos culturales que se ofertan en la ciudad*

La ciudad que mejor apreciación tuvo respecto a los *Eventos culturales* que ofrecen fue la ciudad de Querétaro con 3.36, seguido de Zacatecas con 3.33; Morelia con 3.08; y, por último, Puebla y Guanajuato con 2.9 de calificación.

Gráfico 19 Calificación otorgada a los *Eventos culturales* ofertados en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



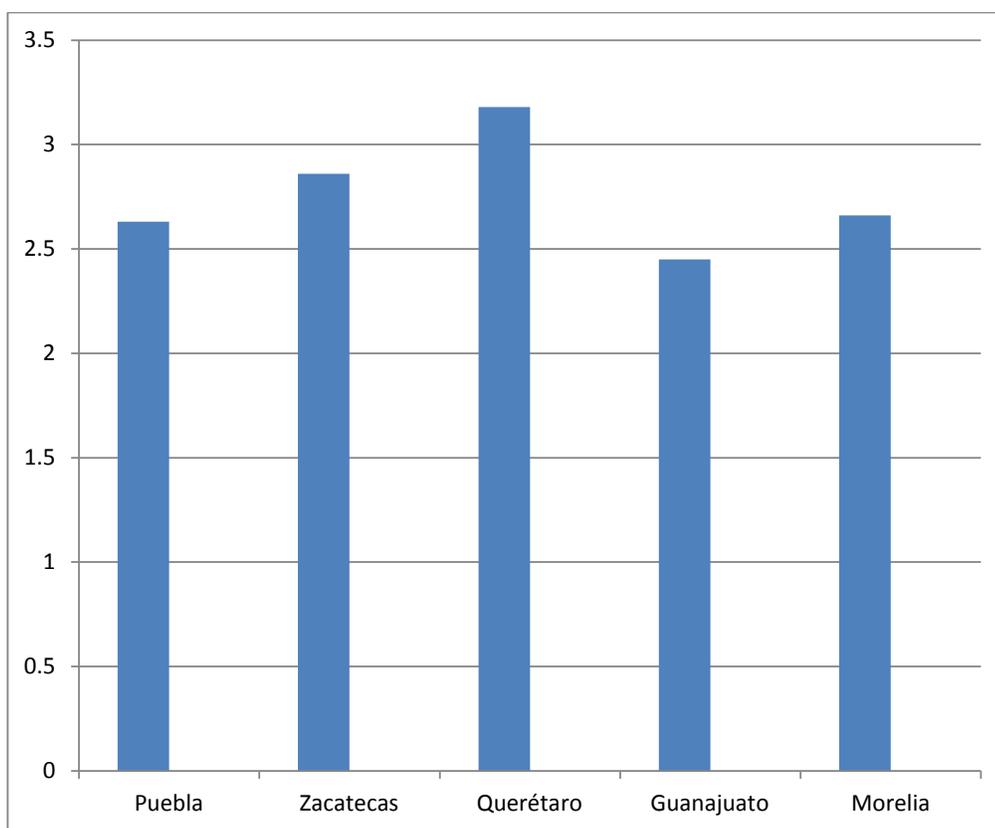
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación sobre las *Actividades de esparcimiento* que se ofertan al turista

En este rubro, la ciudad mejor evaluada fue la ciudad de Querétaro, con una calificación promedio de 3.18; seguida de Zacatecas con 2.86; Morelia con 2.66; Puebla con 2.63; y, por último, Guanajuato, con un 2.45 de calificación.

Gráfico 20 Calificación otorgada a las *Actividades de esparcimiento* que se ofertan al turista en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



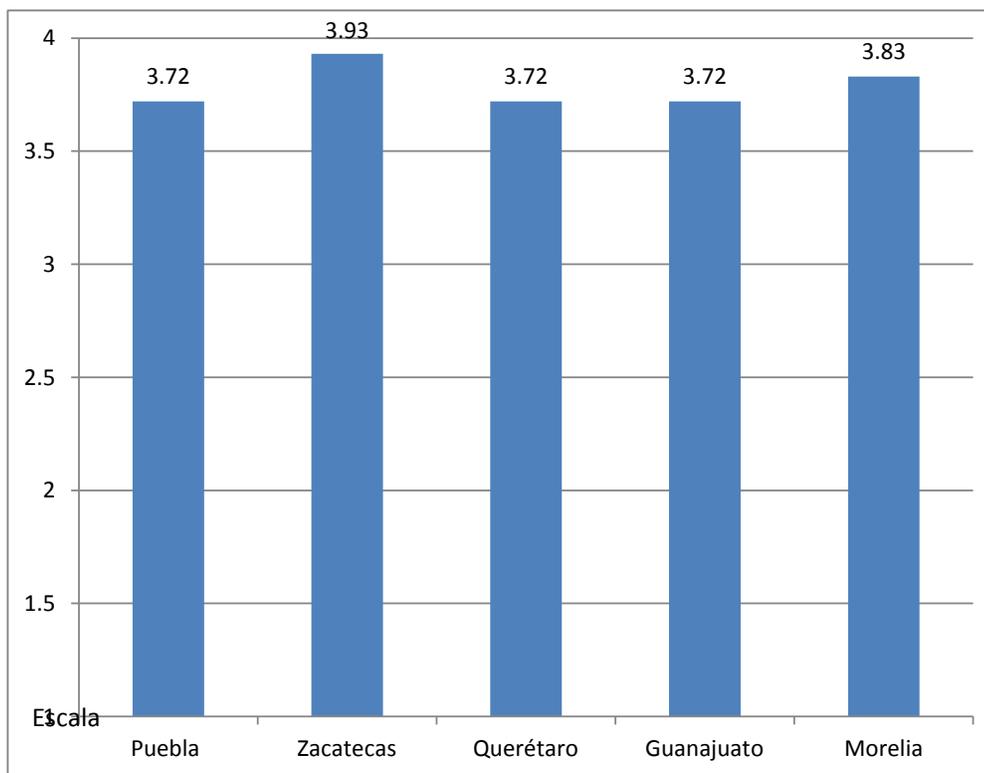
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación y del *Legado histórico cultural* como atracción turística

La ciudad que mejor apreciación tuvo respecto al *Legado histórico y cultural* como factor de atracción turística para su ciudad, fue Zacatecas con un 3.93 de calificación, seguido de Morelia con 3.83; y ocupando tres terceros lugares están las ciudades de Puebla, Querétaro y Guanajuato con un 3.72 de calificación.

Gráfico 21 Calificación otorgada al *Legado histórico y cultural* como atracción turística (2009)



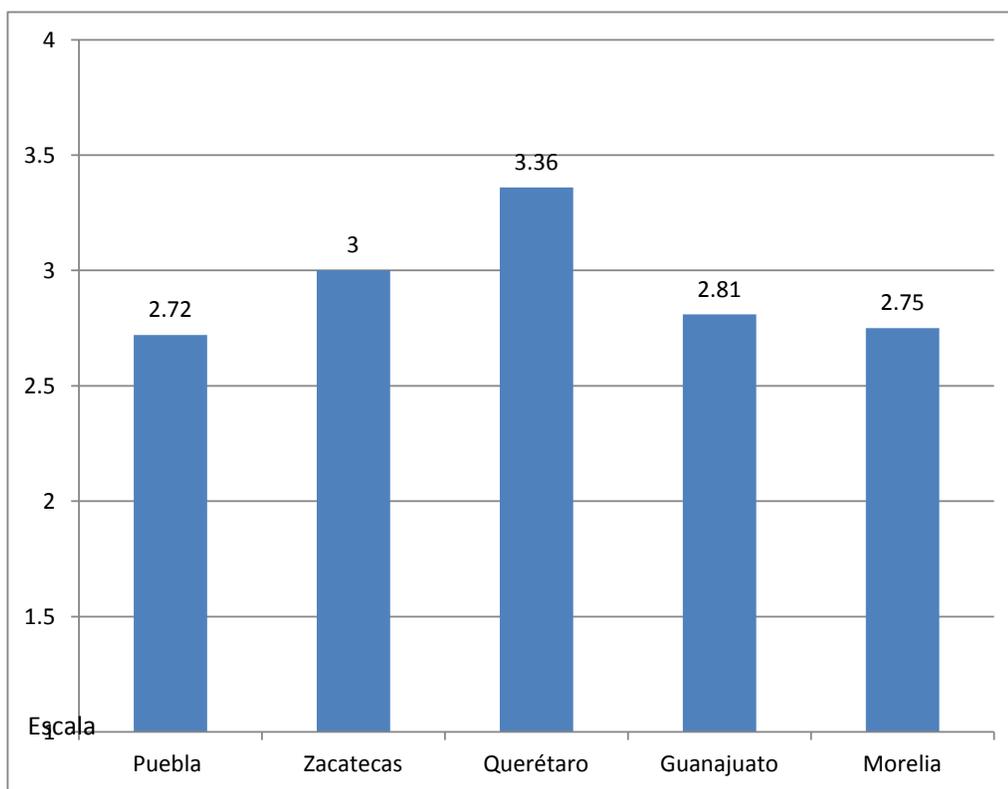
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de la *Información turística*

En cuanto a la *Información turística*, la ciudad a la que se le otorgó una mejor calificación fue la ciudad de Querétaro, con un 3.36; después Zacatecas con 3; Guanajuato con 2.81; Morelia con 2.75; y, por último, Puebla con 2.72 de calificación.

Gráfico 22 Calificación otorgada a la *Información turística* (2009)



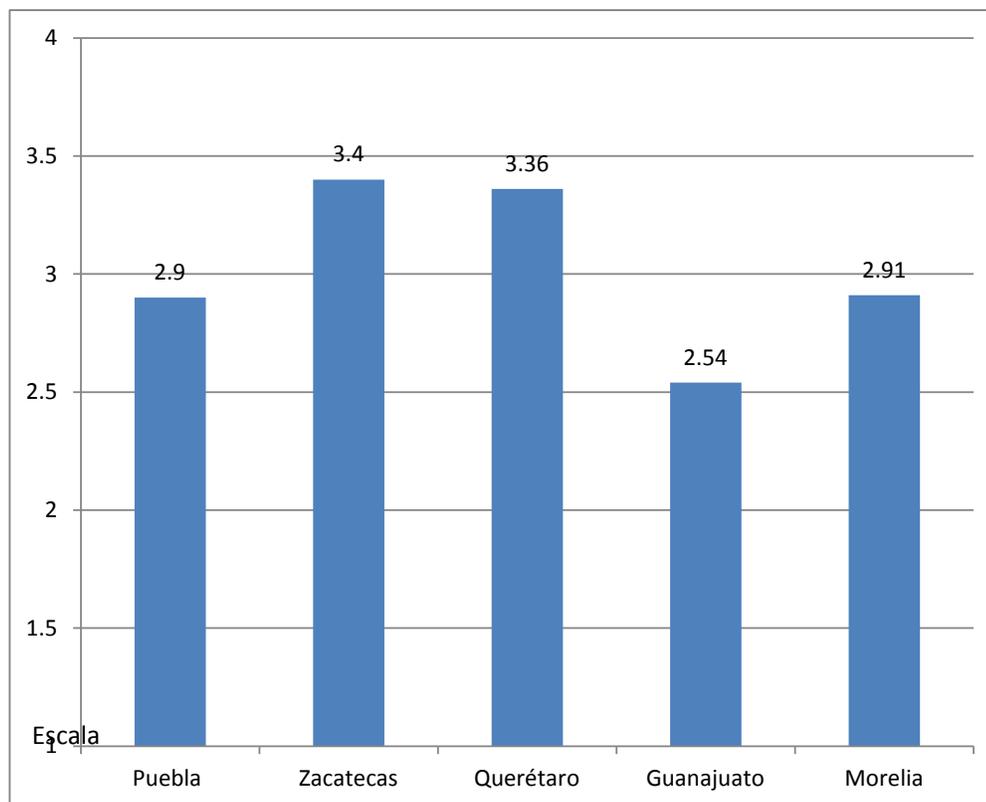
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de la *Hospitalidad y trato*

En el indicador de *Hospitalidad y trato* al turista, la ciudad que fue mejor evaluada fue la ciudad de Zacatecas, obteniendo una calificación de 3.36; siguiendo Querétaro con 3.36; Morelia con 2.91; Puebla con 2.90; y, por último, Guanajuato con 2.54 de calificación.

Gráfico 23 Calificación otorgada a la *Hospitalidad y trato* que se brinda al turista en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



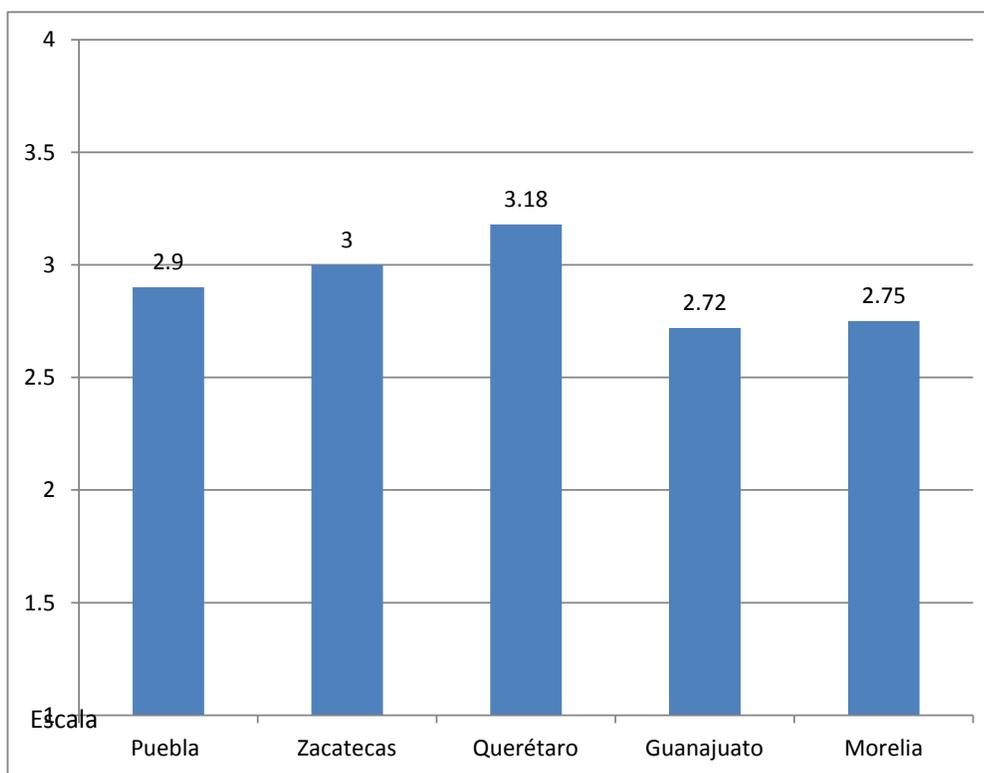
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de la *Rapidez en la atención* en la oferta de servicios turísticos

En el indicador de *Rapidez en la atención* en la oferta de servicios turísticos, la ciudad que obtuvo una mejor calificación fue la ciudad de Querétaro con una calificación de 3.18; siguiendo Zacatecas con 3; Puebla con 2.9; Morelia con 2.75; y, por último, Guanajuato con 2.72 de calificación.

Gráfico 24 Calificación otorgada a la *Rapidez en la atención* en la oferta de servicios turísticos en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



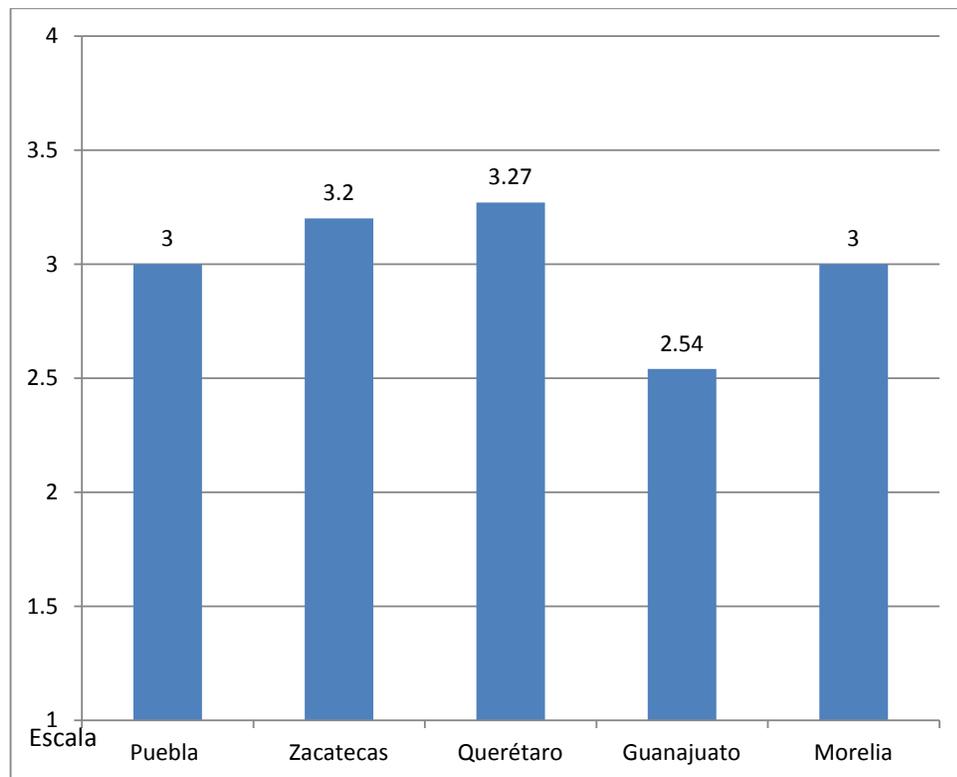
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de los *Establecimientos que ofrecen servicios turísticos*

En el indicador de *Establecimientos de servicios turísticos*, la ciudad que fue mejor evaluada fue la ciudad de Querétaro, obteniendo una calificación de 3.27; siguiendo Zacatecas con 3.2; Puebla y Morelia con 3; y, por último, Guanajuato con 2.54 de calificación.

Gráfico 25 Calificación otorgada a los *Establecimientos de servicios turísticos* en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



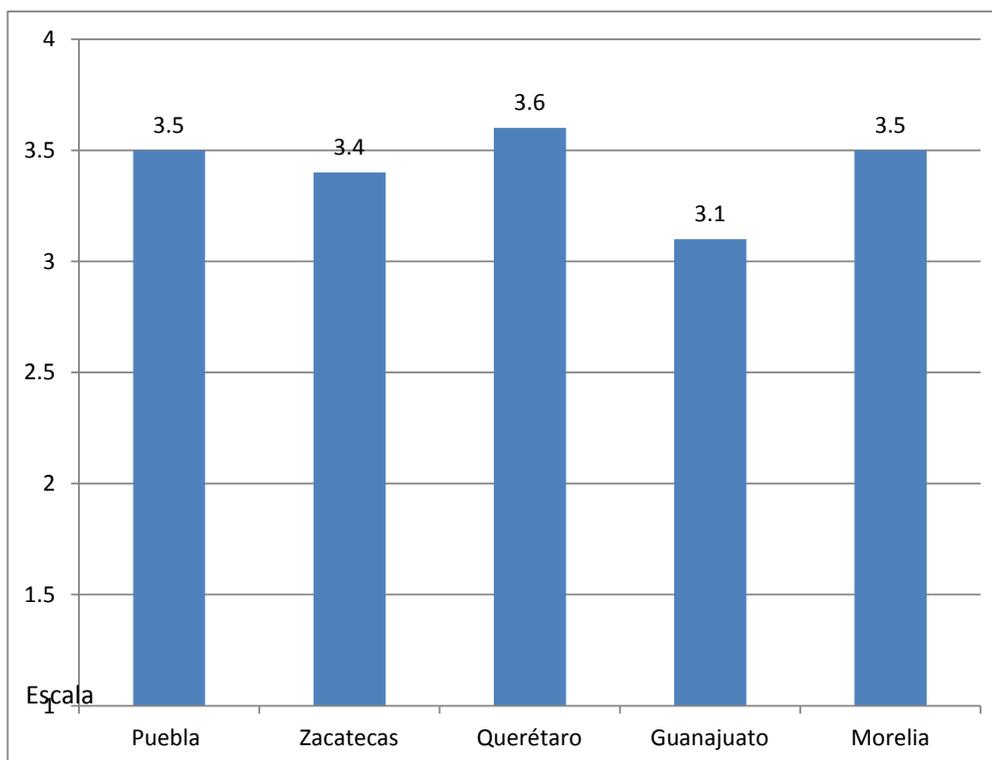
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación del *Hospedaje y alojamiento*

En cuanto a los servicios de *Hospedaje y alojamiento*, la valoración más alta fue otorgada a la ciudad de Querétaro, con un valor de 3.6, seguido de Morelia y Puebla 3.5; Zacatecas con 3.4; y, por último, Guanajuato con 3.1.

Gráfico 26 Calificación otorgada al *Hospedaje y alojamiento* en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



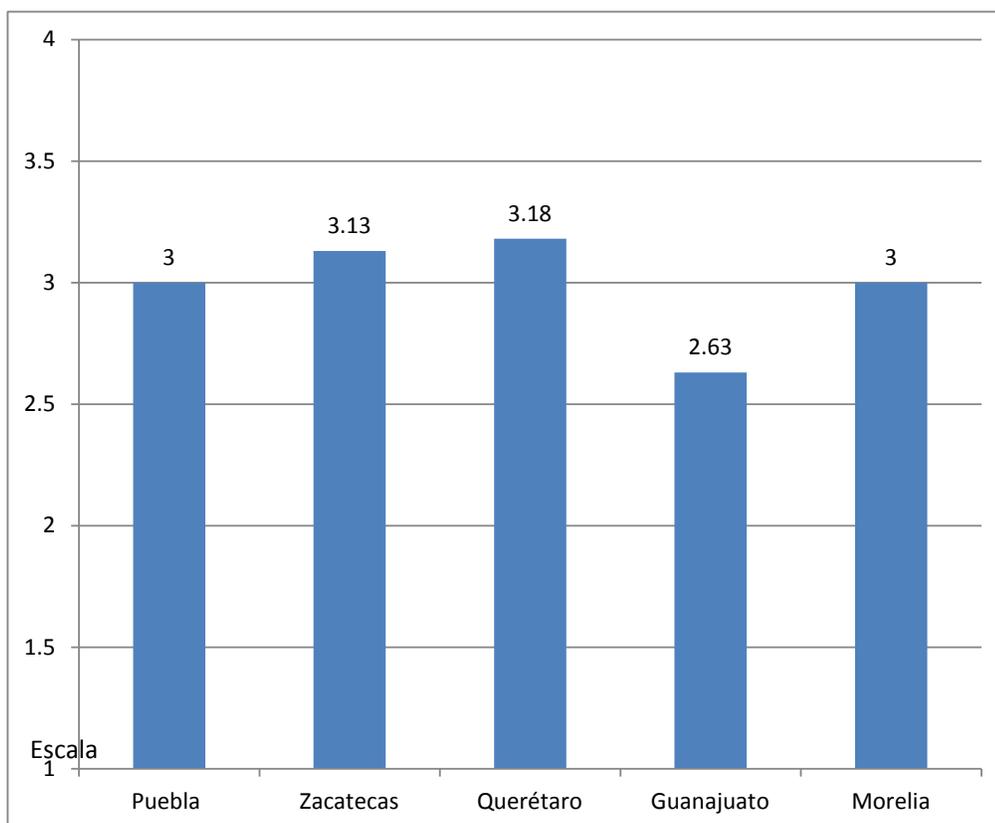
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de la *Higiene de alimentos y bebidas*

En el indicador de *Higiene de alimentos y bebidas*, la ciudad que obtuvo una mejor evaluación fue la ciudad de Querétaro, obteniendo una calificación de 3.18; seguida de Zacatecas con 3.13; Puebla y Morelia con 3; y, por último, Guanajuato con 2.63 de calificación.

Gráfico 27 Calificación otorgada a la *Higiene de alimentos y bebidas* que se ofrecen en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



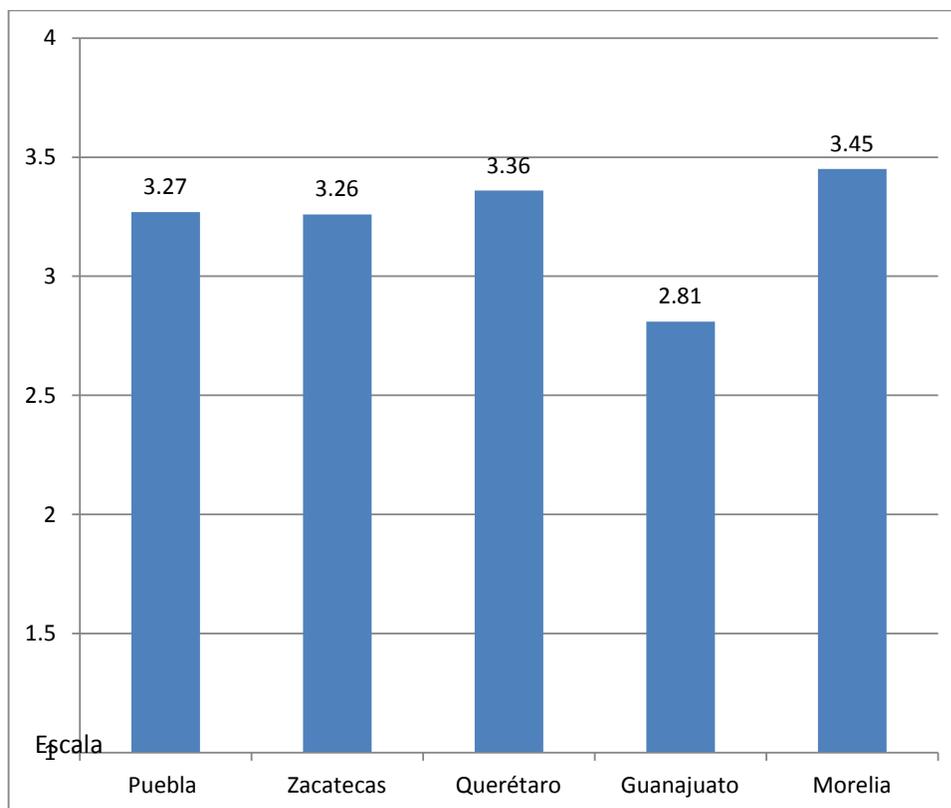
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de la *Calidad y variedad de los alimentos y bebidas*

En el indicador de *Calidad y variedad de alimentos y bebidas*, la ciudad que obtuvo una mejor evaluación fue la ciudad de Morelia, obteniendo una calificación de 3.45; seguida de Querétaro con 3.36; Puebla con 3.27; Zacatecas con 2.26; y, por último, Guanajuato con 2.81 de calificación.

Gráfico 28 Calificación otorgada a la *Calidad y variedad de alimentos y bebidas* que se ofrecen en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



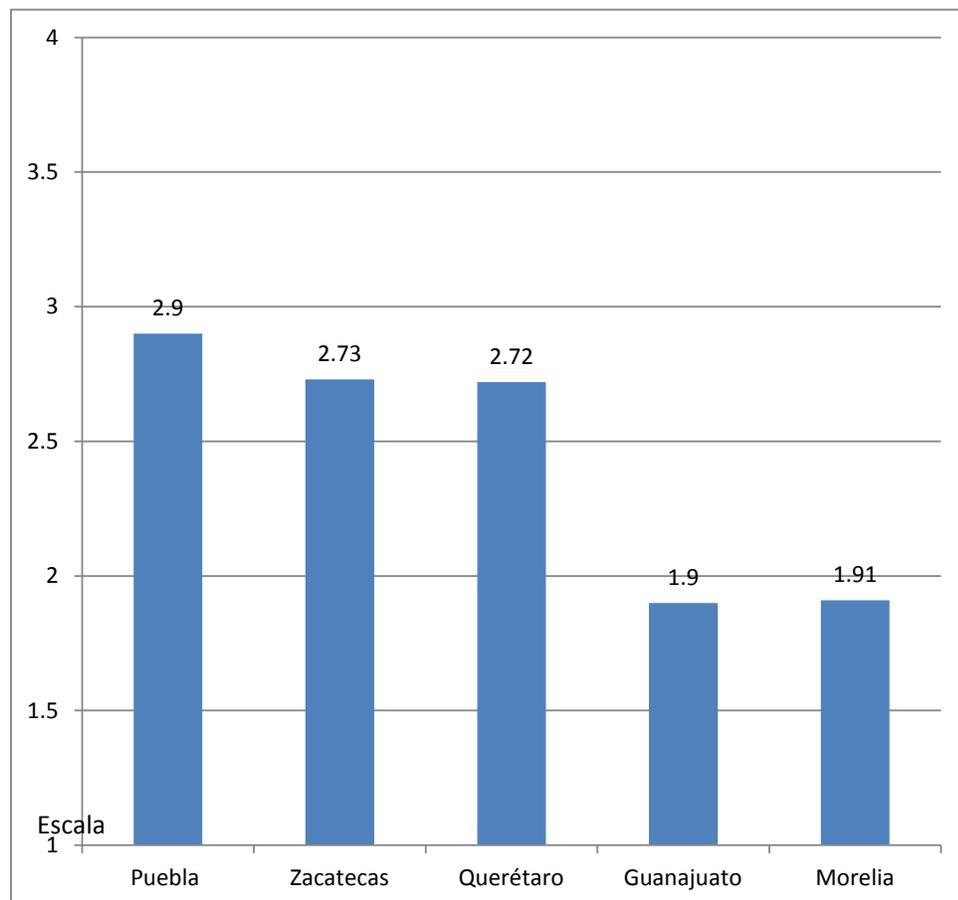
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación del Sistema y la capacidad vial de las zonas turísticas

En el rubro del *Sistema y capacidad vial* de las zonas turísticas, la ciudad que obtuvo una mejor evaluación fue la ciudad de Puebla, con una calificación de 2.9; seguida de Zacatecas con 2.73; Querétaro con 2.72; Morelia con 1.91; y, por último, Guanajuato con 1.9 de calificación.

Gráfico 29 Calificación otorgada al *Sistema y capacidad vial* de las zonas turísticas en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



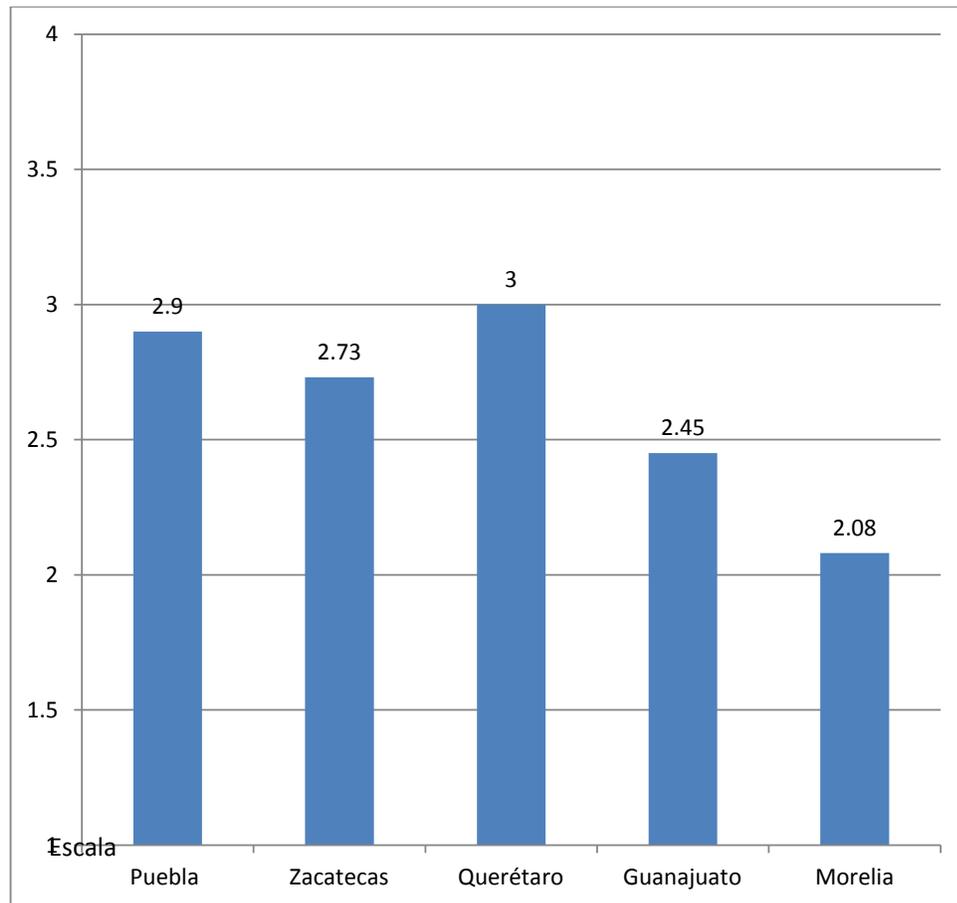
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de las *Vías de acceso* a las zonas turísticas

La ciudad que es mejor evaluada por sus *Vías de acceso* a las zonas turísticas, es la ciudad de Querétaro, con una calificación de 3; seguida de Puebla con 2.9; Zacatecas con 2.73; Guanajuato con 2.45; y, por último Morelia, con 2.08.

Gráfico 30 Calificación otorgada a las *Vías de acceso* a las zonas turísticas en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



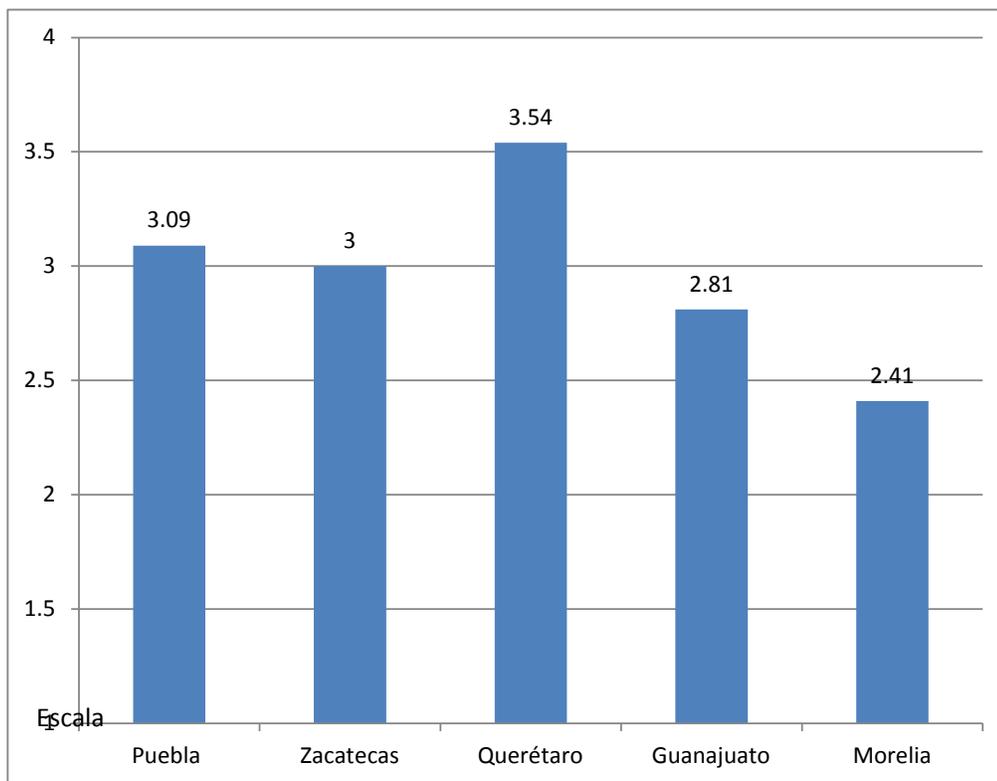
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de la *Seguridad*

En el indicador de *Seguridad*, la ciudad que obtuvo una mejor evaluación fue la ciudad de Querétaro, obteniendo una calificación de 3.54; seguida de Puebla con 3.09; Zacatecas con 3; Guanajuato con 2.81; y, por último, Morelia con 2.41 de calificación.

Gráfico 31 Calificación otorgada a la *Seguridad* en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



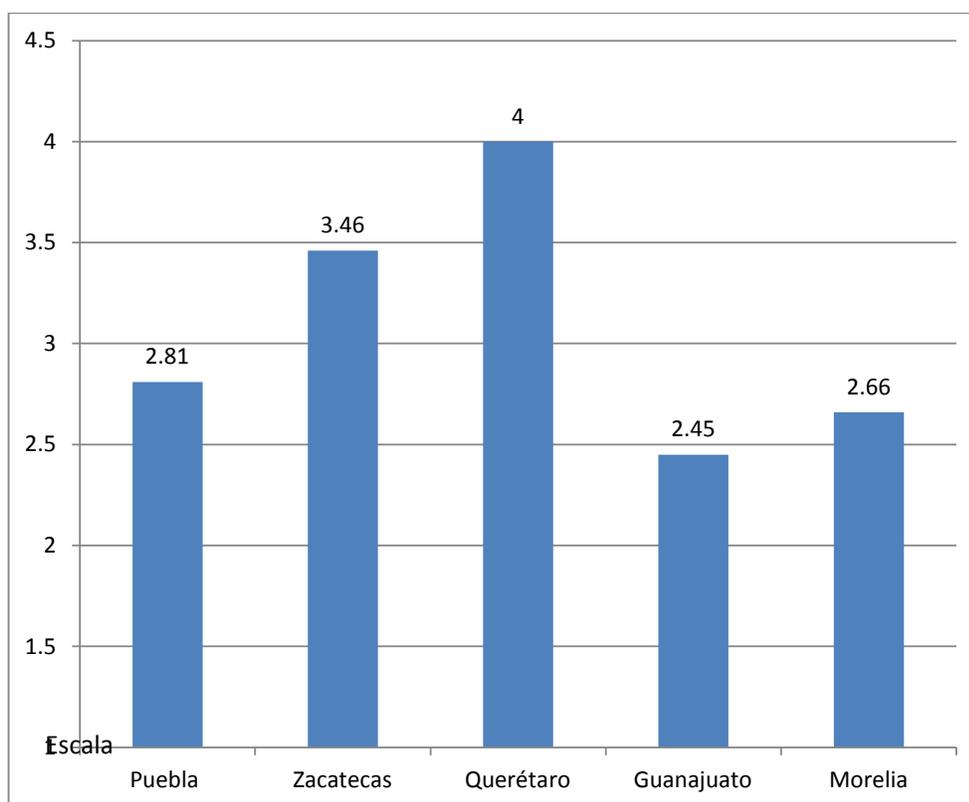
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación de la *Limpieza y pulcritud* de la ciudad

En el indicador de *Limpieza y pulcritud*, la ciudad que obtuvo una mejor evaluación fue la ciudad de Querétaro, obteniendo una calificación de 4; seguida de Zacatecas con 3.46; Puebla con 2.81; Morelia con 2.66; y, por último, Guanajuato con 2.45 de calificación.

Gráfico 32 Calificación otorgada a la *Limpieza y pulcritud* en las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



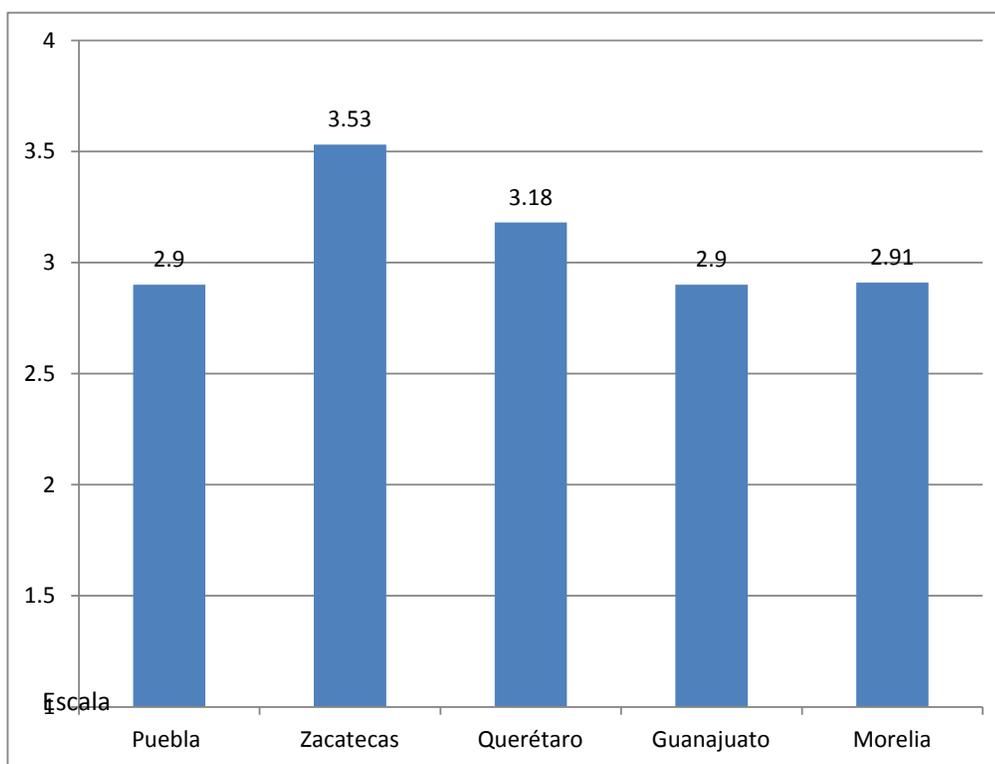
Fuente: Elaboración propia.



Evaluación del *Estado de conservación* de la ciudad

En el indicador de *Estado de conservación*, la ciudad mejor evaluada fue la ciudad de Zacatecas, con una calificación de 3.53, seguido de Querétaro con 3.18; Morelia con 2.91; y, por último, Puebla y Guanajuato con 2.9 de calificación.

Gráfico 33 Calificación otorgada al *Estado de conservación* de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la metodología propuesta y como se expuso anteriormente, una vez que se obtuvieron las calificaciones promedio de cada uno de los indicadores, se procedió a generar los *Subíndices de competitividad*.

Cada *Subíndice* representa cada una de las dimensiones utilizadas en esta investigación, y se componen de la suma de la evaluación de los indicadores correspondientes a cada una de las dimensiones.



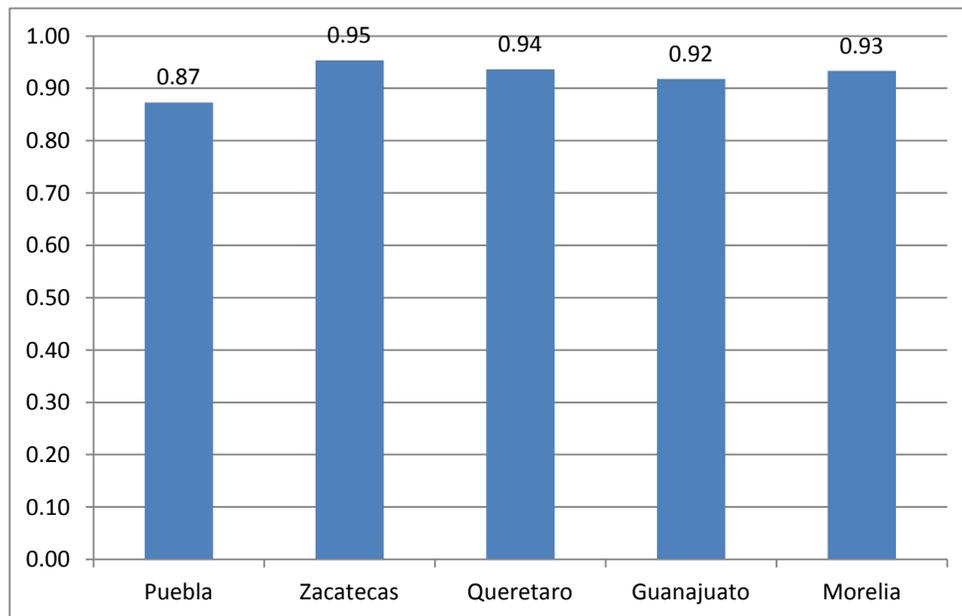
Subíndices de las dimensiones de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

Los subíndices generados arrojaron los siguientes resultados:

Subíndice de competitividad turística de Infraestructura

En cuanto al *Subíndice de competitividad de Infraestructura*, la ciudad que obtuvo un mayor grado de competitividad es la ciudad de Zacatecas con un valor, en escala de 0 a 1 de 0.95; seguido de Querétaro con un puntaje de 0.94; Morelia con un 0.93; Guanajuato con un valor de 0.92, y, por último Puebla con un valor de 0.87 (ver gráfico 34).

Gráfico 34 *Subíndice de competitividad turística de la Infraestructura de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.

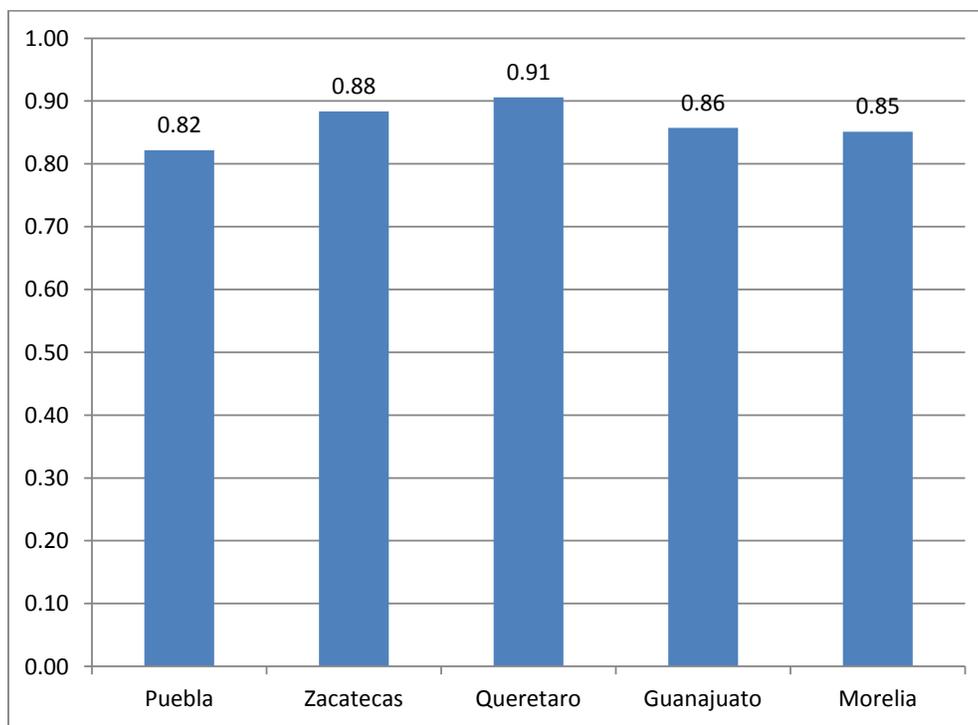


Subíndice de competitividad de Atracciones turísticas y culturales

La información arrojada por el *Subíndice de competitividad de Atracciones turísticas y culturales* es la siguiente:

La ciudad que posee un mayor valor en el índice es la ciudad de Querétaro, con un 0.91; seguido en orden descendiente de Zacatecas con un 0.88; Guanajuato con un 0.86; Morelia con un 0.85; y, por último Puebla con un 0.82 (ver gráfico 35).

Gráfico 35 *Subíndice de competitividad de las Atracciones turísticas y culturales de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.

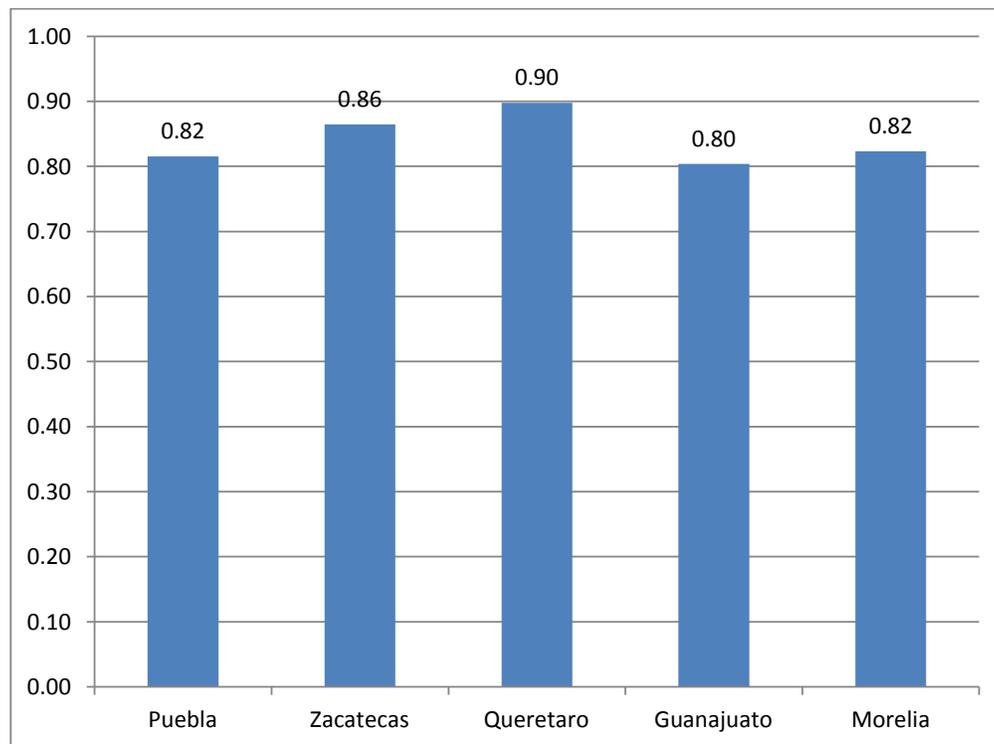


Subíndice de competitividad turística de Servicios

La información arrojada por el *Subíndice de competitividad turística de Servicios* es la siguiente:

La ciudad que posee un mayor valor es la ciudad de Querétaro, con un 0.90; seguido en orden descendente de Zacatecas con un 0.86; Puebla y Morelia con un 0.82; y, por último, Guanajuato con un 0.80 (ver gráfica 36).

Gráfico 36 *Subíndice de competitividad turística de Servicios de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



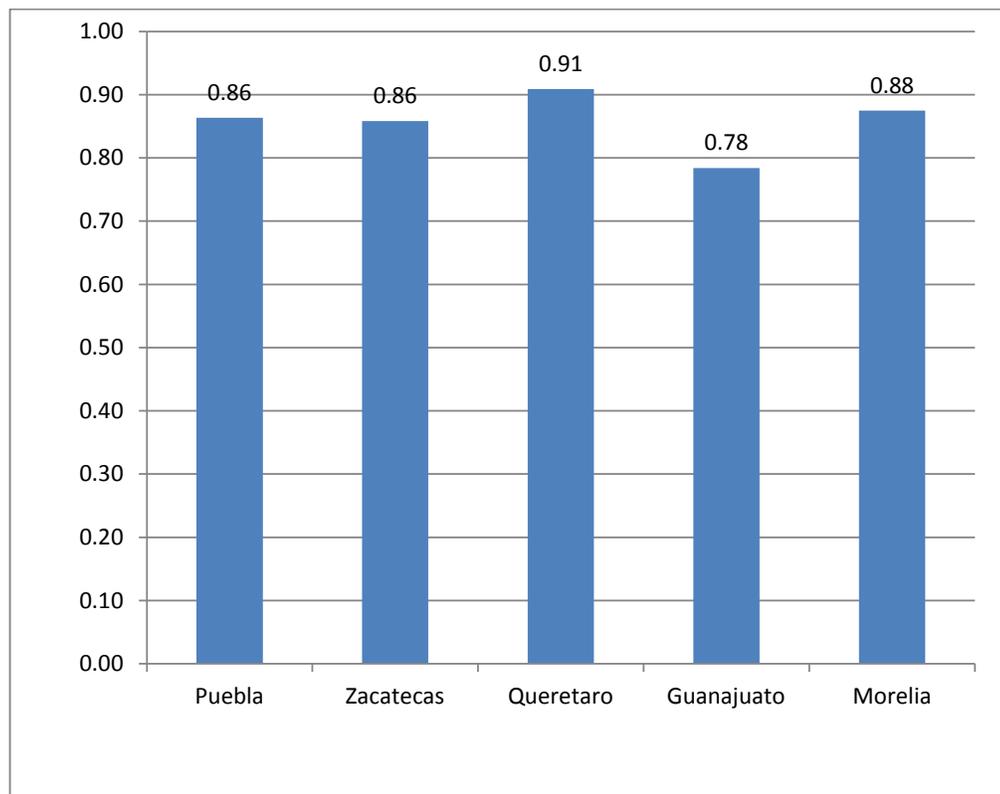
Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.



Subíndice de competitividad turística de Hospedaje y Alojamiento

La ciudad que obtuvo un mayor grado de competitividad en el *Subíndice de Hospedaje y alojamiento*, es la ciudad de Querétaro, con un puntaje de 0.91; seguido de Morelia con 0.88; Puebla y Zacatecas con un 0.86; y, por último, Guanajuato con un 0.78 (ver gráfica 37).

Gráfico 37 *Subíndice de competitividad turística de Hospedaje y alojamiento de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.

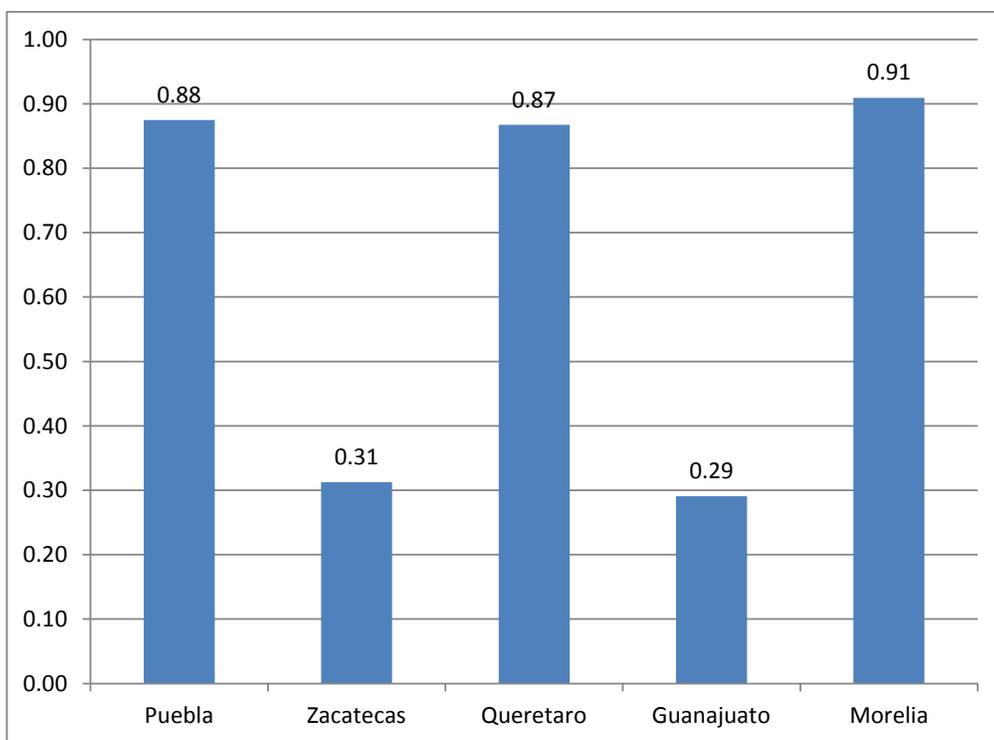


Subíndice de competitividad turística de Gastronomía

El *Subíndice de competitividad turística de Gastronomía* arrojó los siguientes resultados:

La ciudad mejor calificada en la dimensión de gastronomía es la ciudad de Morelia con un 0.91; seguido de Puebla con un 0.88; Querétaro con un 0.87; Zacatecas con un 0.31; y, por último, Guanajuato con un 0.29 (ver gráfica 38).

Gráfico 38 *Subíndice de competitividad turística de Gastronomía de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



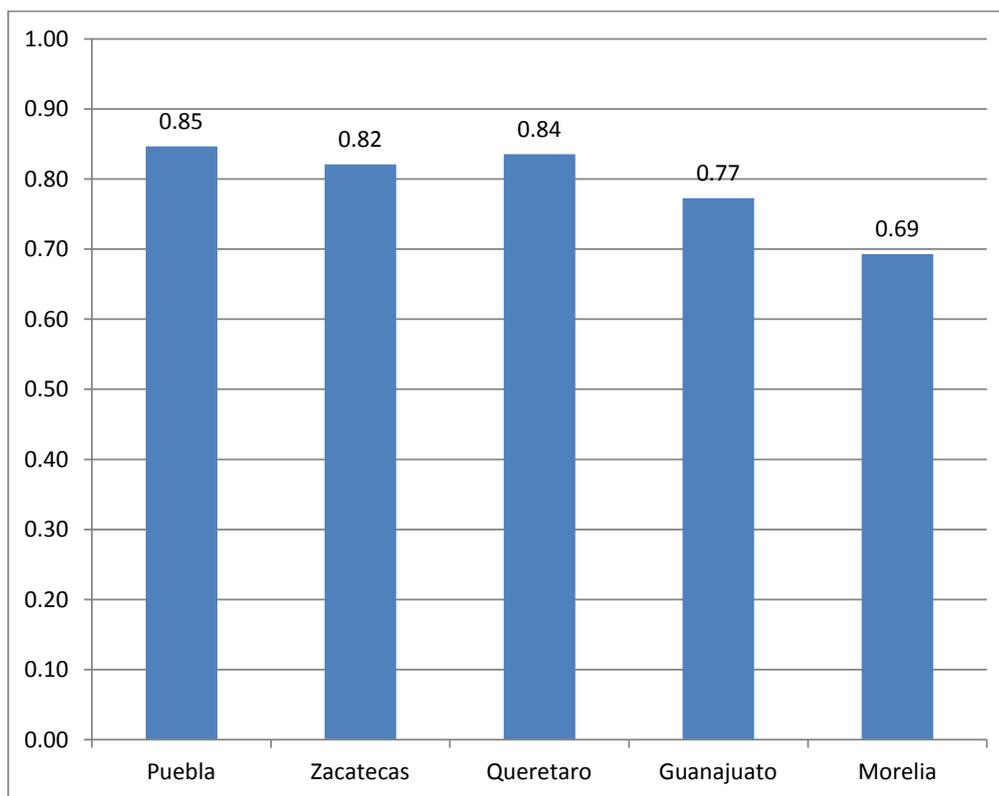
Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.



Subíndice de competitividad turística de Transporte

La ciudad mejor calificada en el *Subíndice de competitividad turística de Transporte*, es la ciudad de Puebla con un puntaje de 0.85; seguido de Querétaro con un 0.84; Zacatecas con un 0.82; Guanajuato con un 0.77; y, por último Morelia con un 0.69 (ver gráfica 39).

Gráfico 39 *Subíndice de competitividad turística de Transporte de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



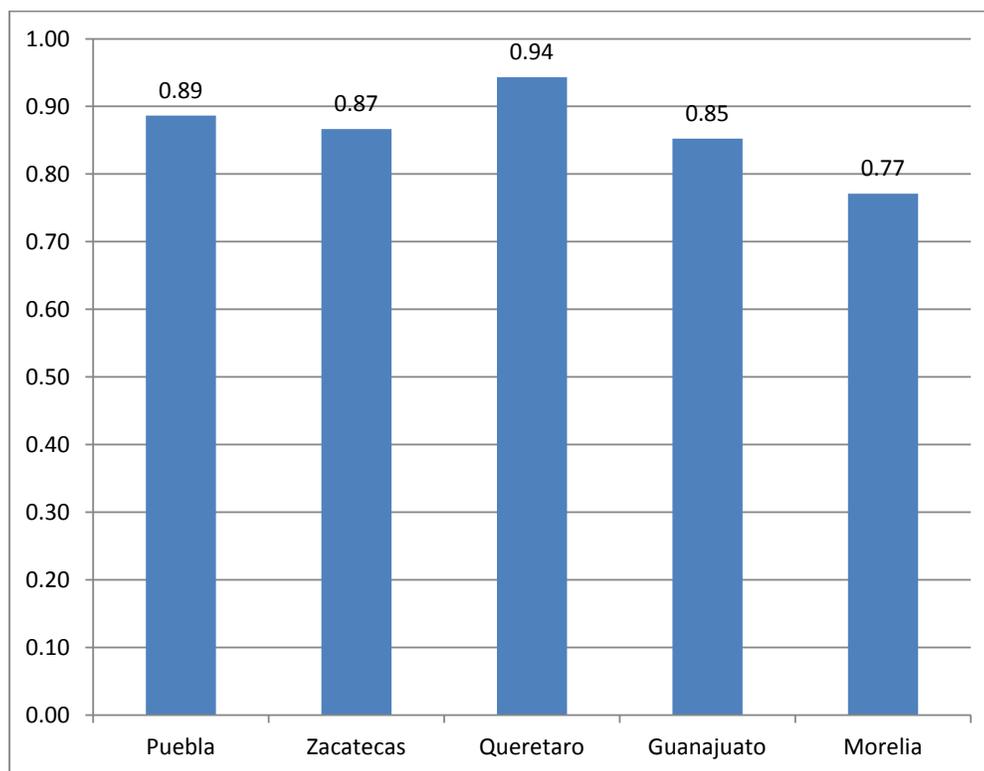
Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.



Subíndice de competitividad turística de Seguridad

La ciudad mejor calificada en el *Subíndice de competitividad turística de Seguridades* Querétaro con un puntaje de 0.94; seguido de la ciudad de Puebla con un 0.89; Zacatecas con un 0.87; Guanajuato con un 0.85; y, por último Morelia con un 0.77 (ver gráfica 40).

Gráfico 40 *Subíndice de competitividad turística de Seguridad de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



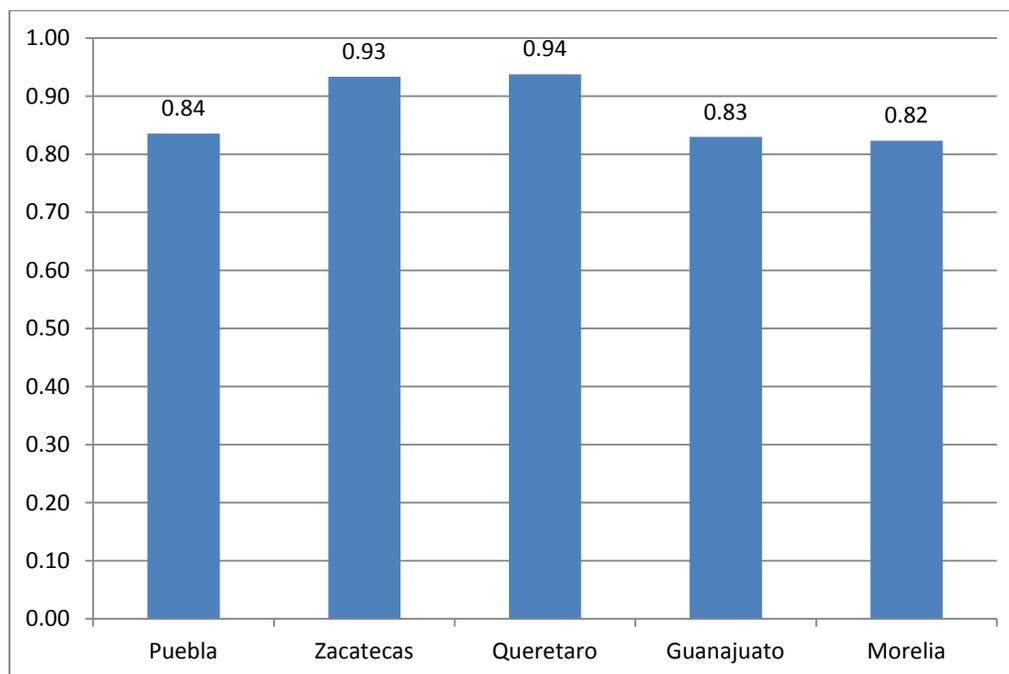
Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.



Subíndice de competitividad turística del Estado de Conservación del destino

La ciudad mejor calificada en el *Subíndice de competitividad turística de Conservación*, es Querétaro con un puntaje de 0.94; seguido de la ciudad de Zacatecas con un 0.93; Puebla con un 0.84; Guanajuato con un 0.83; y, por último Morelia con un 0.82 (ver gráfica 41).

Gráfico 41 *Subíndice de competitividad turística del Estado de Conservación de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



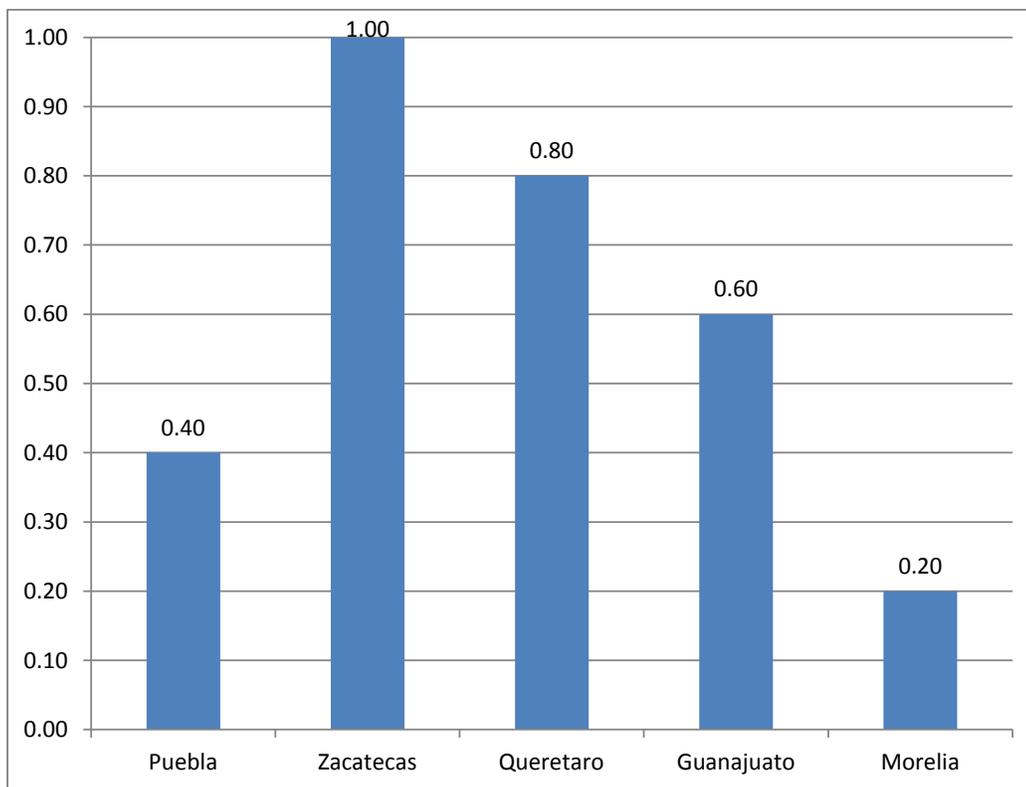
Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.



Subíndice de competitividad turística de Precios

La ciudad con un mejor puntaje en el *Subíndice de competitividad turística de Precios*, es la ciudad de Zacatecas con un valor de 1, seguido de la ciudad de Querétaro con un 0.80; Guanajuato con un 0.60; Puebla con un 0.40; y, por último, Morelia con un 0.20 (ver gráfica 42).

Gráfico 42 *Subíndice de competitividad turística de Precios de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.

Una vez que se determinaron los subíndices de competitividad de cada una de las dimensiones se procede a conformar el *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad*.

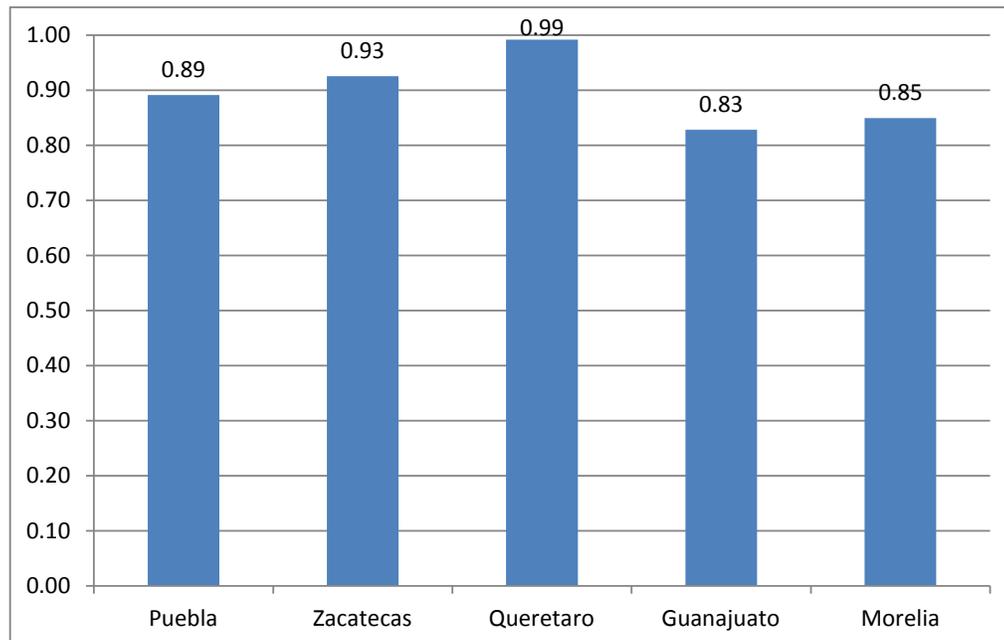


Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad

Este índice se compone de la suma de los *Subíndices de competitividad turística de cada una de las dimensiones*, expuestos anteriormente. Los resultados finales arrojados en el *Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad* son los siguientes:

La ciudad que en términos globales obtuvo un mayor puntaje en sus subíndices de desempeño, y que por tanto, se considera como la ciudad más competitiva es la ciudad de Querétaro, con una calificación de 0.99. La ciudad que ocupa la segunda posición comparativa es la ciudad de Zacatecas con un puntaje de 0.93. En cuarto lugar se encuentra Puebla con una calificación de 0.89. Morelia ocupa el quinto lugar con un puntaje de 0.86. El último lugar lo ocupa Guanajuato con un valor de 0.83, como se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfico 43 *Índice de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2009)*



Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.



CONCLUSIONES

Las conclusiones arrojadas por el desarrollo metodológico para la construcción de los índices propuestos son las siguientes:

Análisis internacional de la competitividad turística de México

De acuerdo a análisis comparativo a nivel internacional, realizado para México y sus principales competidores, expresado en el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* obtenido, se desprende que, el país más competitivo es México, seguido por la Unión Europea, los Estados Unidos de América y por último, Canadá.

Tabla 53 Posición de México y sus principales competidores en el *Índice de Competitividad de Precios Turísticos* (2006 – 2008)

1	México
2	Unión Europea
3	Estados Unidos
4	Canadá

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009.

Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001.

Con la información derivada del Índice de Competitividad de Precios Turísticos, se puede concluir lo siguiente:

México es el país que muestra una mayor competitividad de precios con respecto a sus competidores. Sin embargo, es notable que en el análisis del período comprendido por este estudio, se observa un decremento en los valores de sus índices respecto a Canadá y Estados Unidos, lo cual puede interpretarse como una tendencia a la baja en su competitividad de precios. Dicha tendencia negativa, debe ser considerada para la toma de decisiones y políticas, tanto privadas como gubernamentales.



Para el caso de la Unión Europea, quien ocupa el segundo lugar en competitividad de precios turísticos respecto a los países seleccionados, se observa que dicha competitividad se ha incrementado del año 2006 al 2008, puesto que se denota un incremento en la variación porcentual del Índice. Dicho de otra forma, pudiera decirse que la Unión Europea está ganando terreno en cuanto a competitividad de precios respecto a México y Estados Unidos, aspecto que también debe ser observado por los agentes turísticos a través del tiempo. Esto no ocurre así para el caso de Canadá, donde se muestra una tendencia negativa en sus valores absolutos de estos índices.

Estados Unidos, quien ocupa el tercer lugar en competitividad de precios turísticos respecto a los países seleccionados, presenta una tendencia a la baja en su competitividad de precios con respecto al período analizado para Canadá y la Unión Europea, y una tendencia a la alza en relación a México.

Canadá, quien a pesar de ocupar el último lugar en competitividad de precios turísticos respecto a los países seleccionados, presenta una tendencia a la alza respecto al período analizado, en relación a todos sus competidores, lo cual, de seguir así a largo plazo, podría superarlos en su competitividad de precios.

De esta forma se logra la consecución del primer objetivo de este estudio, que consiste en Comparar la competitividad del sector turístico en México con sus principales competidores a nivel internacional tomando como principal rector de análisis el nivel de precios y sus determinantes a nivel país.

Se comprueba la primera hipótesis, que afirma que “El sector turístico en México posee una ventaja comparativa respecto a sus principales competidores a nivel internacional en función de su diferencial de precios relativos”.



Análisis local la competitividad de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

De acuerdo a análisis comparativo a nivel local, realizado para la ciudad de Morelia y sus principales competidoras, Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, se desprenden las siguientes conclusiones:

Los *Subíndices de competitividad* generados denotan las ventajas comparativas que posee cada ciudad, las cuales contribuyen a la atracción turística y permiten que un destino sea competitivo con respecto a otro. También se manifiestan las desventajas de cada ciudad con respecto a sus atributos turísticos, lo cual representan sus debilidades y áreas en las cuales se debe trabajar para mejorar su competitividad. La información obtenida para cada ciudad revela lo siguiente:

Morelia

En el *Subíndice de infraestructura cultural*, la ciudad de Morelia ocupa la posición número tres. Resalta en la primera posición comparativa en la evaluación de espacios, edificios y sitios históricos y culturales de atracción turística, aunque en la evaluación de su declaratoria como Patrimonio de la Humanidad como atractivo turístico ocupa la posición número tres.

En el *Subíndice de competitividad de Atracciones turísticas y culturales*, Morelia ocupa el lugar número cuatro: en cuanto a la evaluación de sus indicadores, la calificación otorgada a eventos culturales la posicionan en el sitio número tres, al igual que en actividades de esparcimiento turístico, mientras que la valoración del legado histórico y cultural como atracción turística la sitúa en el segundo lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Servicios*, la ciudad de Morelia ocupa el tercer lugar, destacando la posición número cuatro en información turística, en hospitalidad y trato y en rapidez en la atención, mientras que la calificación otorgada a los establecimientos que ofrecen servicios turísticos la hacen acreedora a la número tres frente a sus competidores.



En el *Subíndice de competitividad turística de Hospedaje y alojamiento*, la ciudad de Morelia ocupa la posición número dos.

En el *Subíndice de competitividad turística de Gastronomía*, esta ciudad presenta como su principal ventaja comparativa su gastronomía, ocupando el primer lugar. Se evidencia su calidad y variedad en alimentos y bebidas, indicador en donde esta ciudad ocupa la primera posición. Sin embargo, en el indicador de higiene en alimentos y bebidas, presenta una deficiencia, puesto que ocupa el sitio número tres, equiparándose en la evaluación con Puebla.

En el *Subíndice de competitividad turística de Transporte*, Morelia ocupa el último lugar. La evaluación en el sistema y capacidad vial de las zonas turísticas la posiciona en el número cuatro; mientras que en cuanto a las vías de acceso a las zonas turísticas ocupa en número cinco.

En el *Subíndice de competitividad turística de Seguridad*, la ciudad de Morelia ocupa la última posición con respecto a sus competidores.

En el *Subíndice de competitividad turística del Estado de Conservación del destino*, Morelia ocupa el último lugar frente a sus competidores, mientras que en el indicador de limpieza y pulcritud toma la posición número cuatro.

En el *Subíndice de competitividad turística de Precios*, esta ciudad ocupó el último lugar, lo que significa que es el destino turístico más caro en relación a sus competidores objeto de estudio.

Querétaro

En el *Subíndice de Infraestructura cultural*, la ciudad de Querétaro ocupa la posición número dos, al igual que en su valoración de espacios, edificios y sitios históricos y culturales de atracción turística y en su declaratoria como Sitio Patrimonio de la Humanidad.

En el *Subíndice de competitividad de Atracciones turísticas y culturales*, Querétaro tiene el primer lugar, destacando en la misma posición en actividades de



esparcimiento y eventos culturales. La evaluación de su legado histórico y cultural como atracción turística la posiciona en el sitio número tres, al igual que Puebla y Guanajuato.

En el *Subíndice de competitividad turística de Servicios*, la ciudad de Querétaro vuelve a ocupar la primera posición, resaltando en el mismo lugar en información turística, establecimientos oferentes de servicios turísticos, y rapidez en la atención; mientras que en hospitalidad y trato fue calificado con el segundo lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística en Hospedaje y alojamiento*, Querétaro tiene el primer lugar frente a sus competidores.

En el *Subíndice de competitividad turística en Gastronomía*, esta ciudad ocupa la posición global número tres; en calidad y variedad de alimentos y bebidas la número dos y en higiene de alimentos y bebidas la número uno.

En el *Subíndice de competitividad turística de Transporte*, Querétaro tiene el segundo lugar. En el indicador de vías de acceso a las zonas turísticas destacó con el primer lugar, mientras que en el sistema y la capacidad vial de las zonas turísticas obtuvo un tercer lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Seguridad*, la ciudad de Querétaro obtuvo un primer lugar frente a sus competidores.

En el *Subíndice de competitividad turística de Conservación del lugar*, se destaca con un primer lugar, al igual que en el indicador de limpieza y pulcritud de la ciudad. En el estado de la conservación de la ciudad, obtiene la posición número 2.

En el *Subíndice de competitividad turística de precios*, ocupa la posición número dos, siendo el destino más barato después de Zacatecas, y siguiendo en orden descendente de Guanajuato, Puebla y Morelia.



Guanajuato

La ciudad de Guanajuato presenta grandes deficiencias en la percepción sobre la mayoría de los indicadores, por lo que ocupa los últimos lugares en varios de los *Subíndices de competitividad* generados.

En el *Subíndice de competitividad turística de Infraestructura cultural* global, Guanajuato ocupa el cuarto lugar. En la evaluación sobre los edificios y sitios históricos y culturales de atracción turística es la peor evaluada, ocupando el quinto lugar. La evaluación sobre su declaratoria de Ciudad Patrimonio Mundial como atractivo turístico la posición en el segundo sitio con respecto a sus competidores.

En el *Subíndice de competitividad turística de Atracciones culturales y turísticas*, esta ciudad ocupa el tercer sitio. La evaluación de los eventos culturales la ubica en la cuarta posición, a la par que Puebla; en actividades de esparcimiento en el quinto lugar; y, en su evaluación del legado histórico y cultural como atracción turística en tercer lugar, al igual que Puebla y Querétaro.

En el *Subíndice de competitividad turística de Servicios*, Guanajuato ocupa el sitio número cuatro. La evaluación de su información turística y hospitalidad y trato la posiciona en el lugar número tres, mientras que su rapidez en la atención y sus establecimientos de servicios turísticos la ponen en último lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Hospedaje y alojamiento*, la ciudad ocupa la posición número cuatro frente a sus competidores, con excepción de Morelia, quien ocupa la misma posición.

En el *Subíndice de competitividad turística de Gastronomía*, esta ciudad ocupa el último lugar. Es la peor evaluada en los indicadores de higiene y en calidad y variedad de alimentos y bebidas.

En el *Subíndice de competitividad turística de Transporte*, la ciudad ocupa la cuarta posición. Es la ciudad peor evaluada en el indicador de sistema y capacidad



vial de las zonas turísticas, mientras que en las vías de acceso a las zonas turísticas ocupa el cuarto lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Seguridad*, Guanajuato ocupa el cuarto lugar en relación a sus competidoras.

En el *Subíndice de competitividad turística de Conservación del lugar*, esta ciudad ocupa el lugar número cuatro. En limpieza y pulcritud de la ciudad es la ciudad peor evaluada, mientras que en el estado de conservación de la ciudad toma la posición número cuatro, al igual que Puebla.

En el *Subíndice de competitividad turística de Precios*, Guanajuato es la tercera ciudad más barata dentro de las unidades de observación.

Puebla

En el *Subíndice de competitividad turística de Infraestructura cultural*, Puebla es la ciudad peor evaluada. La evaluación sobre su declaratoria como Sitio Patrimonio de la Humanidad la posiciona en el último lugar, mientras que en sus edificios y sitios históricos ocupa la cuarta posición.

En el *Subíndice de competitividad turística de Atracciones culturales y turísticas*, esta ciudad ocupa el último lugar. La evaluación sobre su legado histórico y cultural como atracción turística a posiciona en el tercer lugar, al igual que Querétaro y Guanajuato; y, en sus actividades de esparcimiento ocupa el cuarto lugar, al igual que en sus eventos culturales.

En el *Subíndice de competitividad turística de Servicios*, Puebla ocupa el tercer lugar, al igual que Morelia. En la valoración de sus indicadores, ocupó las siguientes posiciones: en información turística el quinto lugar; en hospitalidad y trato el cuarto lugar; y, en rapidez en la atención el tercer lugar, al igual que en establecimientos que ofrecen servicios turísticos, que se equipara en su posición a Morelia.



En el *Subíndice de competitividad turística de Hospedaje y alojamiento*, esta ciudad ocupa el tercer lugar, al igual que Zacatecas.

En el *Subíndice de competitividad turística de Gastronomía*, Puebla ocupa la segunda posición, seguida de Morelia. En su higiene, calidad y variedad de alimentos y bebidas ocupa la posición número tres.

En el *Subíndice de competitividad turística de Transporte*, esta ciudad ocupa el primer lugar. La calificación otorgada a su sistema y capacidad vial la posicionan en primer lugar; y en segundo lugar sus vías de acceso a las zonas turísticas.

En el *Subíndice de competitividad turística de Seguridad*, Puebla ocupa la posición número dos frente a sus competidoras.

En el *Subíndice de competitividad turística de Conservación del lugar* ocupa el tercer lugar. La valoración al estado de conservación de la ciudad la posiciona en el sitio número cuatro, al igual que Guanajuato; en limpieza y pulcritud obtiene el tercer lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Precios*, Puebla ocupa la tercera posición frente a sus ciudades competidoras.

Zacatecas

En el *Subíndice de competitividad turística de Infraestructura cultural*, Zacatecas obtiene el primer lugar. En la evaluación de su declaratoria como Sitio Patrimonio de la Humanidad como atractivo turístico la posiciona en el primer lugar, mientras que en sus edificios y sitios históricos y culturales toma el tercer lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Atracciones culturales y turísticas*, la ciudad de Zacatecas se encuentra en el segundo lugar. En sus actividades de esparcimiento y eventos culturales obtiene el mismo lugar; y se posiciona en primer lugar en la evaluación de su legado histórico y cultural como atracción turística.



En el *Subíndice de competitividad turística de Servicios*, esta ciudad obtuvo un segundo lugar, al igual que en la evaluación de su información turística, la rapidez en la atención y establecimientos de servicios turísticos. En la hospitalidad y trato obtiene un primer lugar.

En el Subíndice de competitividad turística de Hospedaje y alojamiento, Zacatecas obtiene el tercer lugar, al igual que Puebla.

En el *Subíndice de competitividad turística de Gastronomía*, esta ciudad obtiene el cuarto lugar, al igual que en la evaluación de la calidad y variedad de los alimentos y bebidas. En la higiene de alimentos y bebidas se posiciona en el segundo lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Transporte*, obtiene la tercera posición, al igual que en la evaluación de sus vías de acceso a las zonas turísticas. En su sistema y capacidad vial de las zonas turísticas obtiene el segundo lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Seguridad*, esta ciudad obtiene la tercera posición frente a sus competidoras.

En el *Subíndice de competitividad turística de Conservación del lugar*, Zacatecas obtiene un segundo lugar, al igual que en su limpieza y pulcritud. En la evaluación del estado de conservación de la ciudad obtiene un primer lugar.

En el *Subíndice de competitividad turística de Precios*, esta ciudad ocupa la cuarta posición frente a sus competidores.

De acuerdo al *Índice de Competitividad turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad*, se concluye que la ciudad más competitiva, en orden descendente, es Querétaro, seguido de Zacatecas, Puebla, Morelia y, por último, Guanajuato (ver tabla 35).



Tabla 54 Posición de Morelia y sus principales competidores en *el Índice de Competitividad Turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad (2006 – 2008)*

1	Querétaro
2	Zacatecas
3	Puebla
4	Morelia
5	Guanajuato

Fuente: Elaboración con datos arrojados con metodología propia.

La evidencia empírica obtenida permite comprobar la hipótesis de la existencia de una ventaja comparativa en el sector turístico de la ciudad de Morelia en función de su dotación de recursos, en virtud de que en algunos subíndices de competitividad se evidencia una ventaja comparativa con respecto a otras ciudades. Sin embargo, de manera global, en el *Índice de Competitividad turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad* se evidencia que tales ventajas comparativas no son traducidas en competitividad.

Lo anterior refuerza el planteamiento del *Modelo propuesto de competitividad turística de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad*, que considera que las ventajas competitivas estructurales (ventajas comparativas en la dotación de recursos turísticos), requiere de las ventajas comparativas funcionales (habilidades de gestionar los recursos turísticos) para que un destino genere competitividad turística.

Lo anterior permite plantear entonces nuevas preguntas de investigación, que giran en torno a saber qué acciones específicas pueden emprenderse para gestionar adecuadamente los recursos turísticos y cómo incrementar la competitividad del sector.



PROPUESTA DE SOLUCION Y RECOMENDACIONES.

México y sus Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad poseen ventajas comparativas importantes, que son percibidas claramente por los oferentes turísticos. Dichas ventajas deben ser consideradas como fortalezas y mostrarse ante el turista por medio de diferentes estrategias. Para ello, a continuación se plantea una propuesta que permita tanto explotar las fortalezas evidenciadas en esta investigación, como establecer estrategias que permitan mejorar las debilidades e incrementar la competitividad turística.

Inicialmente, la propuesta se presenta dentro de un esquema de planificación estratégica, que contemple la construcción de un proceso destinado a lograr el objetivo general de incrementar la competitividad turística, estableciendo las políticas y acciones que orienten el desarrollo turístico.

Posteriormente, se plantean las estrategias específicas que guiarán los aspectos relativos al uso y ordenamiento de los recursos turísticos de las Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, con una visión integral del desarrollo del turismo considerando todas las facetas de esta actividad, tanto las dimensiones económica, social y cultural.

Se considera que un factor importante para incrementar el crecimiento, el desarrollo y la competitividad turística se encuentra relacionado con mecanismos de participación e intercambio entre los diferentes actores y grupos de interés en los procesos de planificación y ejecución estratégica.

Se propone la creación de mecanismos de participación, los cuales deben integrar a todos los actores involucrados en la actividad turística: oferentes de servicios turísticos, investigadores en turismo y el sector gubernamental. La colaboración conjunta puede permitir la formulación de estrategias a nivel sectorial,



con el compromiso y el trabajo de todos para su ejecución. De esta forma, se genera la convicción individual de que los esfuerzos se encaminan a obtener beneficios comunes y no particulares.

Esta inclusión de los agentes turísticos debe sistematizar su interacción en un mismo esquema de política turística y promover una estrecha vinculación, información y consulta entre dichas entidades, a fin de que puedan detectar oportunamente las oportunidades y amenazas del desarrollo del sector; establecer acciones que permitan fortalecer el sector y disminuir sus debilidades; adecuar la manera de gestionar sus recursos turísticos y; lograr el objetivo de incrementar la competitividad.

Un objetivo primordial que debe cumplir este mecanismo es establecer lineamientos que determinen la medición de la competitividad de los destinos turísticos y evaluar su desempeño periódicamente y establecer planes a corto plazo que les permita adecuarse a los requerimientos del turista, considerándolos como la base fundamental para la orientación de la política turística.

Dicho mecanismo puede ser ejercido mediante un órgano o comisión consultiva, que se vincule con todas las entidades. Este órgano debe representar a todos los agentes turísticos y no sólo a quienes tienen un interés económico en el turismo; todos los actores económicos y sociales –empresarios, académicos, profesionistas, investigadores, gobierno –deben participar de manera individual, institucional o sectorial, y constituir un instrumento que permita visualizar las fallas y debilidades del desempeño del sector y realizar acuerdos para la generación de estrategias en conjunto para el beneficio del turismo.

Si se establecen estrategias conjuntas se generará un compromiso en todos los participantes en su formulación, que permita fortalecer el desarrollo del sector de manera incluyente, beneficiando a todos los agentes turísticos y no sólo los intereses de instituciones e individuos particulares.

Otro punto importante es la mejorar la imagen de México, tanto en el interior del país como en el extranjero para incrementar la competitividad turística. La



situación que se vive en el país y que se difunde a través de los medios de comunicación internacionales genera una percepción en los turistas extranjeros frecuentemente exagerada y negativa, sobre todo en el ámbito de seguridad. Si bien, el tema de seguridad es importante en el exterior, no es decisivo para el flujo de turistas.

Una manera de mejorar la imagen turística es mediante la revelación y gestión de los recursos turísticos. La riqueza de los recursos naturales y culturales de nuestro país constituye una ventaja comparativa que lo diferencia de muchos otros, la cual puede conformar una estrategia de diferenciación. El turista nacional e internacional es muy sensible a la diferenciación a la hora de tomar la decisión de qué destino turístico elegir. Si el visitante posee la información suficiente sobre nuestro patrimonio turístico, entonces eso le dará elementos para generar una visión más amplia de las virtudes y encantos que ofrece cada lugar. Entonces no solo tendrá una percepción sobre la crisis e inseguridad del país, sino además se creará una imagen más positiva y real de los atractivos turísticos, lo que le puede modificar su percepción sobre el país.

En los últimos años, gracias a la mencionada fortuna que se tiene en recursos, se han creado diferentes productos turísticos que se han ofertado y dado a conocer a través de diferentes mecanismos y estrategias de mercadotecnia. Sin embargo, si consideramos la riqueza natural y cultural de nuestro país, sus valores sociales, costumbres, fiestas, tradiciones, arquitectura, monumentos y todos los elementos que integran su identidad como destino, nos percatamos de la posibilidad de crear muchos otros productos turísticos nuevos que propicien la atracción de visitantes. Al igual que se crearon las llamadas “Ruta del vino” o la “Ruta del queso y el vino”, se tienen elementos suficientes para crear nuevas “rutas o productos”, que obedezcan a la demanda de nichos mercado específicos. Por esto se recomienda considerar como otro lineamiento importante para la generación de competitividad la innovación para la concepción de nuevos productos turísticos.

Se considera que otro aspecto importante para generar competitividad es el uso de tecnologías de información. Es posible concebir una adecuada imagen



turística en la mente del visitante con el uso de los medios masivos de comunicación. Diariamente las personas son bombardeadas de las noticias que acontecen en todo el mundo. Los sucesos cotidianos van generando determinada percepción en el consumidor con respecto a cada lugar. Es común que a los aspectos negativos se les otorgue una mayor importancia y que a los positivos se les desvirtúe. Esto puede ser decisivo a la hora de elegir un destino para visitar.

Los medios de comunicación permiten que el consumidor conozca los atractivos de los destinos, por lo que deben utilizarse de manera intensiva y permanente como instrumento para incrementar la competitividad. Un instrumento que no ha sido explotado ampliamente es el uso de las tecnologías de información e internet, los que pueden conectar al turista con los recursos turísticos de manera visual, directa y personal. Aun y cuando es posible realizar consultas sobre internet para conocer la oferta turística, ésta es limitada. Regularmente la publicación de esta información corresponde a cada agente turístico; se muestra de manera individual lo que cada oferente puede dar al visitante. Sin embargo, muchos atractivos turísticos de uso común quedan fuera de dicha oferta.

Es por ello que se propone establecer un sistema nacional de información turística, que permita la interacción de todos los agentes para integrar los atractivos de un destino. Para ello, se debe trabajar en la creación de un “inventario de recursos turísticos”, el cual debe darse a conocer al turista de manera accesible y directa.

Si bien, las instancias oficiales muestran información importante, este sistema nacional también debe servir como portal de acceso público para que cualquier persona pueda emitir recomendaciones, observaciones e incluso críticas que permitan la mejora turística. Puede ser un instrumento para generar investigación científica sistemática a nivel nacional y local y a su vez, un puente entre el conocimiento, la experiencia y la aplicación de los mismos.

De manera específica, pueden adoptarse ciertas medidas destinadas a incrementar el flujo turístico, derivadas de los resultados obtenidos en esta investigación. Sin embargo, es importante considerar que, tales estrategias, pueden aplicarse solo a corto plazo, en virtud de que la dinámica turística y la oferta



internacional cambian continuamente, por lo que debe diagnosticarse con puntualidad y precisión la percepción del turista sobre los recursos turísticos. A continuación se desglosa la propuesta por cada uno de las dimensiones empleadas con la metodología propuesta.

Infraestructura turística.

Un aspecto relevante en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad son los edificios y espacios turísticos y culturales.

Este rubro es importante porque es un elemento de identificación de un destino turístico, por lo que resulta clave el hecho de mantener en excelentes condiciones de conservación y mantenimiento dichos lugares.

La propuesta en este rubro gira en torno a la capacitación de los actores turísticos para concientizarlos sobre la importancia y el cuidado de la infraestructura turística, especialmente de aquella de uso público, para que éstos a su vez, puedan transmitirlo al turista.

Un punto importante al respecto es la normatividad que existe para su protección, especialmente cuando se plantean trabajos de mantenimiento, remodelación o reconstrucción de edificios que se encuentran dentro de la zona protegida por la declaratoria. Para realizar estos trabajos se requieran licencias otorgadas por las autoridades gubernamentales, las cuales frecuentemente niegan debido a que no es permitido realizar cambios a edificios establecidos en ésta área. Sin embargo, si debe plantearse la evaluación de cada caso específico, ya que existen casos en donde debido a la falta de estos permisos, los edificios terminan por deteriorarse tanto que incluso llegan a perderse. Por eso se recomienda el facilitar este tipo de trámites, analizando objetivamente las necesidades reales de las construcciones.

Las instituciones pertinentes deben fomentar estudios científicos que contribuyan a la preservación y conservación de ellos. Estos estudios deben orientar la creación de programas sociales, educativos, de sensibilización, valorización y salvaguarda del patrimonio cultural, que se difundan entre la población local y los



turistas, ya que éstos son los principales agentes de conservación, preservación y difusión de los mismos. Si se logra sensibilizarlos, entonces estos pueden actuar además como vigilantes indirectos. También es importante informar a los habitantes y visitantes de la zona protegida.

Atracciones turísticas.

Un elemento importante del turismo cultural son las fiestas, festivales y tradiciones de un pueblo. La celebración de los eventos culturales es un atractivo importante para este segmento turístico. Sin embargo, debido a los efectos de la globalización, del capitalismo, de las leyes de la oferta y la demanda y el uso de las tecnologías de información, las sociedades han ido perdiendo estos valores, transformándolos y adoptando otros nuevos. Es responsabilidad de los agentes turísticos actuar para que la sociedad preserve los valores que conforman la identidad nacional del pueblo mexicano. Por ello se recomienda que fomenten y participen en la organización de dichos eventos a nivel colectivo y difundan de manera permanente la celebración de dichos eventos, así como la innovación para la creación de distintas actividades de esparcimiento.

En cuanto al legado histórico, que comprende los valores culturales, ideológicos y de identidad de un destino, relacionados con su historia, va pasando de generación en generación. Ciertos de sus elementos se guardan en edificios y obras arquitectónicas, que van deteriorándose con el tiempo. Otros más, no contenidos en espacios materiales, enfrentan amenazas constantes por la globalización, el cambio de los sistemas de valores económico – sociales, la falta de valoración de este legado y otro tipo actores y condiciones sociales y medioambientales, que llevan a un cambio en el contexto social y cultural en que se crea dicho patrimonio.

Los lineamientos generales que contemplan las recomendaciones, se dirigen en torno a lo contenido en la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, la cual se estableció bajo un orden jurídico con el objeto de proteger el patrimonio cultural a nivel internacional. Siguiendo lo contenido, se recomiendan varias acciones.



Cada destino turístico debe conformar un inventario del patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, el cual debe actualizarse de manera periódica, con el objeto de tener identificados todos aquellos elementos que deben preservarse. La creación de dicho inventario deberá ser utilizado para lograr dos objetivos: la conservación de los recursos y la atracción de turistas.

Para que el inventario sirva como atractivo turístico, es necesario que se le muestre al turista cuál es el valor de cada elemento inventariado: sus antecedentes históricos e importancia; que se le describa de manera detallada su riqueza para que éste conozca aquellas cosas que conforman la manera de pensar y vivir actual de los habitantes de un destino. Esta información no solamente debe enfocarse a la información turística, sino además, servir como agente educativo entre las personas residentes de un sitio.

Servicios.

Los servicios turísticos son fundamentales a la hora de la elección del turista. Existen diferentes tipos de ellos, para cada segmento y clase de turista.

Una parte importante son los servicios postventa que se otorga. Un aspecto importante en que se ve reflejado es la hospitalidad. En este rubro es primordial que se dé capacitación a los todos los integrantes de la oferta turística en el ámbito de calidad en el servicio, puesto que este indicador complementa la satisfacción del turista por haber visitado cierto destino y consumido determinados servicios, lo que puede ser constituir una diferenciación importante. Se recomienda la creación de normas y manuales de hospitalidad que orienten la conducta de este tipo de prestador de servicios.

Para ofrecer un adecuado servicio, el sector turístico debe estimar la demanda de los mismos, con el objeto de planear de manera óptima la cantidad y el tipo que se requieren. Se sugiere realizar estudios de mercado de manera periódica para conocer cómo van cambiando las motivaciones y preferencias del turista, e ir adecuando la oferta a la demanda.



Gastronomía.

La gastronomía de un destino es una característica distintiva de un sitio. A pesar de que existen localidades que poseen platillos culinarios específicos, las tendencias a la ingesta de comida rápida y “chatarra” han propiciado cambios alimenticios en la vida de los mexicanos. Cada día existe una mayor cantidad de establecimientos que ofertan este tipo de alimentos. Sin embargo, eso nos aleja de los valores culinarios que poseían generaciones anteriores, quienes llegaban a utilizar hasta 50 especies diferentes para preparar una sola comida.

Aún y cuando existen numerosos libros y recetas de cocina, es importante que se resalten los valores culturales y nutricionales de la comida mexicana. Se sugiere que, principalmente los hoteleros y restauranteros se encarguen de informar y transmitir dichos valores a los consumidores para que éstos se sientan atraídos por la cocina originaria de nuestro país.

En este rubro existen ya normas y reglas sanitarias establecidas por las autoridades competentes. Sin embargo, se sugiere que se realicen constantes supervisiones, a fin de que verifiquen si efectivamente se están cumpliendo en los procesos dichas especificaciones.

También se sugiere una constante evaluación de las materias primas e insumos utilizados, a fin de que puedan ofrecer a los turistas una gastronomía de calidad.

Capacidad, sistema vial y Vías de acceso.

Al momento de que las Ciudades Patrimonio de la Humanidad se fundaron, se presentaba ya una planeación urbana que configuraba el trazo de dichas ciudades a largo plazo. Sin embargo, con el crecimiento de la mancha urbana, es común que las ciudades queden fuera de todo esquema de ciudad. Esto origina serios problemas en la capacidad y el sistema vial.

Si bien, no es posible cambiar el trazo derivado del crecimiento de las ciudades, sí es posible hacer que el sistema vial sea más eficiente para gestionar el tránsito vehicular. Se propone que las autoridades realicen una reestructuración del



mismo, con la participación de especialistas en urbanismo, considerando especialmente las zonas turísticas, de manera que pueda ser más fácil su acceso. También es importante que se estudien aspectos de señalización, de manera se propicie que cualquier visitante pueda llegar a los sitios de interés turístico de forma rápida y sencilla.

Seguridad turística.

Desde el inicio de la actual administración nacional, se ha presentado un fenómeno de origen interno que ha generado efectos negativos sobre la captación de flujos turísticos: la llamada “guerra contra el narco”.

Anteriormente se mencionó la importancia de trabajar en la mejora de la imagen internacional de México para incrementar la competitividad turística. En los últimos años, dicha imagen se ha deteriorado de manera importante, lo que ha sido provocado especialmente por la mencionada guerra.

A partir de la actual administración, la fallida guerra contra el narcotráfico y el crimen organizado, declarada por el mismo Presidente de la República en el propio territorio mexicano, ha provocado un incremento desmedido de la violencia y de la presencia del crimen organizado en el país, teniendo como consecuencia una disminución de la participación relativa de nuestro país en el turismo mundial.

Lo anterior ha provocado una pérdida de competitividad turística, ya que la inseguridad tiene un efecto primordial en la percepción de los turistas. El visitante prefiere viajar a aquellos sitios que garantizan su seguridad y evita aquellos que no pueden asegurarla.

Por ello se recomienda una reformulación de la política pública para reducir los efectos negativos de esta guerra, que si bien, no es posible realizarlos a nivel federal, si es posible que a nivel estatal puedan establecerse acciones que puedan incrementar la seguridad turística. Dicha reformulación requiere, en primer lugar, la cooperación de los cuerpos policíacos para la vigilancia de las zonas turísticas. En



segundo lugar, es importante que se le dé información al turista para que conozca los sitios, rutas y carreteras más seguras a los diferentes puntos de los destinos.

Precios.

Las crisis económicas que se sufren a nivel mundial han provocado un aumento general en el nivel de precios. El sector turístico sufre también dicha crisis y enfrenta sus efectos de manera directa. El precio de los servicios turísticos se determina en parte por los costos y los precios del país. Para el extranjero, este precio es determinado por el tipo de cambio de la moneda.

En el mercado doméstico, siguiendo las acciones que ha emprendido la Secretaría de Turismo, se propone que los prestadores de servicios bajen sus precios, de manera que hagan más atractivo el producto y sea posible atraer a mayor cantidad de turistas. Pueden establecerse distintas estrategias para estimular el consumo de servicios turísticos, tales como descuentos, promociones, membresías y premios por viajero frecuente, entre otros, que aún y cuando ya se realizan, deben ofertarse de manera más intensiva.

En el mercado internacional, es importante considerar el poder adquisitivo y el tipo de cambio. Si la oferta interior se equipara a la exterior, los precios podrían fijarse de acuerdo a la ley de la oferta y la demanda, puesto que las personas necesitarían el mismo valor monetario para comprar la misma canasta de servicios turísticos. Pero si el tipo de cambio provoca una disparidad en el poder de compra, entonces la demanda sufre las consecuencias. Si es más barato el consumo en el extranjero, entonces se alentará la demanda exterior. Si es más barato consumir en el país, entonces se alentará la demanda de turistas internacionales en México. Por esta razón, se recomienda evaluar las políticas económicas aplicadas para evitar la sobrevaluación del peso mexicano. De esta forma, el precio será un determinante de la competitividad, y su manejo es una estrategia para alentar el turismo en México.



ANEXOS

En la siguiente sección se presentan los anexos, que conformaron parte en esta investigación.

En primer lugar se presentan los instrumentos de medición que se diseñaron para la consecución de los objetivos de esta investigación.

En segundo lugar se presenta la Matriz de correlación de las dimensiones utilizadas en esta investigación.



Anexo 1. Instrumentos de medición.

Anexo 1A. Encuesta de control para la selección de informantes por atributos Estudio de Competitividad para Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad

Esta encuesta se diseñó con el propósito de determinar los informantes seleccionados para aplicar el instrumento de medición de la competitividad en Ciudades.

Cabe mencionar que la información proporcionada será tratada de manera confidencial.

Nombre: _____

Institución / empresa: _____

Cargo desempeñado: _____

1. ¿Tiene Ud. conocimiento amplio sobre la actividad turística?

Sí No

2. ¿Sabe cómo se conforma la oferta turística?

Sí No

3. ¿Sabe lo que significa el término de competitividad turística?

Sí No

4. ¿Conoce Ud. algunos de los factores que contribuyen a la generación de competitividad turística?

Sí No

5. ¿Tiene Ud. experiencia profesional en el sector turístico?



DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y DOTACIÓN FACTORIAL
DE LAS CIUDADES COLONIALES MEXICANAS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
BAJO UN ESCENARIO DE PRECIOS INTERNACIONALES

Sí No

6. ¿Ha Ud. trabajado en actividades relacionadas al sector turístico durante los últimos cinco años?

Sí No

7. ¿Conoce Ud. cuáles son los atractivos turísticos de su ciudad?

Sí No

8. ¿Conoce Ud. la problemática actual del sector turístico en México?

Sí No

9. ¿Conoce Ud. la problemática actual del sector turístico en su ciudad?

Sí No

10. ¿Conoce Ud. los atributos que conforman el turismo cultural?

Sí No



Anexo 1B. Encuesta para informantes seleccionados para la medición de la Competitividad de las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad de México

Con el propósito de conocer la competitividad de las ciudades coloniales de acuerdo a su dotación de recursos, se elaboró esta encuesta, la cual será aplicada a informantes seleccionados, residentes de las ciudades turísticas consideradas como Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad

Cabe mencionar que la información proporcionada será tratada de manera confidencial.

Nombre: _____

Institución / empresa: _____

Cargo desempeñado: _____

1. ¿Cómo evalúa los edificios y sitios coloniales, históricos y culturales de atracción turística de esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

2. ¿Cómo evalúa la declaratoria de Sitio Patrimonio de la Humanidad de esta ciudad como atractivo para el turista?

Excelente Bueno Regular Malo

3. ¿Cómo evalúa los eventos culturales que anualmente se ofrecen en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

4. ¿Cómo evalúa las actividades de esparcimiento que se ofertan en esta ciudad con finalidades turísticas?



Excelente Bueno Regular Malo

5. ¿Cómo evalúa Ud. la valoración del legado histórico y cultural de esta ciudad como atracción turística?

Excelente Bueno Regular Malo

6. ¿Cómo evalúa la información que se le proporciona al turista acerca de lugares, actividades y servicios turísticos?

Excelente Bueno Regular Malo

7. ¿Cómo califica la hospitalidad y trato que se le brinda a los turistas en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

8. ¿Cómo califica la rapidez en la atención en la oferta de servicios turísticos que se le brindan a los turistas en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

9. ¿Cómo evalúa los establecimientos que ofertan servicios turísticos, tales como hoteles, restaurantes y establecimientos comerciales?

Excelente Bueno Regular Malo

10. ¿Cómo evalúa Ud. los servicios de alojamiento y hospedaje que se ofertan en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

11. ¿Cómo califica la higiene de los alimentos y bebidas que se ofertan en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo



12. ¿Cómo califica la calidad y variedad de los alimentos y bebidas que se ofertan en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

13. ¿Cómo califica Ud. al sistema y la capacidad vial de las zonas turísticas de esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

14. ¿Cómo evalúa Ud. las vías de acceso hacia los sitios turísticos de esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

15. ¿Cómo evalúa los edificios y sitios coloniales, históricos y culturales de atracción turística de esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

16. ¿Cómo evalúa la declaratoria de Sitio Patrimonio de la Humanidad de esta ciudad como atractivo para el turista?

Excelente Bueno Regular Malo

17. ¿Cómo evalúa los eventos culturales que anualmente se ofrecen en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

18. ¿Cómo evalúa las actividades de esparcimiento que se ofertan en esta ciudad con finalidades turísticas?

Excelente Bueno Regular Malo

19. ¿Cómo evalúa Ud. la valoración del legado histórico y cultural de esta ciudad como atracción turística?

Excelente Bueno Regular Malo



20. ¿Cómo evalúa la información que se le proporciona al turista acerca de lugares, actividades y servicios turísticos?

Excelente Bueno Regular Malo

21. ¿Cómo califica la hospitalidad y trato que se le brinda a los turistas en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

22. ¿Cómo califica la rapidez en la atención en la oferta de servicios turísticos que se le brindan a los turistas en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

23. ¿Cómo evalúa los establecimientos que ofertan servicios turísticos, tales como hoteles, restaurantes y establecimientos comerciales?

Excelente Bueno Regular Malo

24. ¿Cómo evalúa Ud. los servicios de alojamiento y hospedaje que se ofertan en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

25. ¿Cómo califica la higiene de los alimentos y bebidas que se ofertan en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

26. ¿Cómo califica la calidad y variedad de los alimentos y bebidas que se ofertan en esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

27. ¿Cómo califica Ud. al sistema y la capacidad vial de las zonas turísticas de esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo



28. ¿Cómo evalúa Ud. las vías de acceso hacia los sitios turísticos de esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

29. ¿Cómo evalúa Ud. la ubicación geográfica de esta ciudad como factor de atracción turística?

Excelente Bueno Regular Malo

30. ¿Cómo evalúa Ud. la seguridad que se le ofrece al turista que visita esta ciudad?

Excelente Bueno Regular Malo

31. ¿Cómo evalúa Ud. la limpieza y pulcritud de esta ciudad y de sus sitios turísticos?

Excelente Bueno Regular Malo

32. ¿Cómo evalúa Ud. el estado de conservación de la ciudad y de los lugares turísticos?

Excelente Bueno Regular Malo



Anexo 1C. Encuesta para determinar la importancia relativa de los atributos generadores de la Competitividad en las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad de México

Con el propósito de conocer la importancia de los atributos generadores de competitividad de las ciudades coloniales, se elaboró esta encuesta, la cual será aplicada a informantes seleccionados, residentes de las ciudades turísticas consideradas como Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad

Cabe mencionar que la información proporcionada será tratada de manera confidencial.

Nombre: _____

Institución / empresa: _____

Cargo desempeñado: _____

1. ¿Qué tan importante considera los espacios, edificios y sitios históricos, coloniales y culturales para la atracción de turistas?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tan importante considera los sitios declarados Patrimonio de la Humanidad para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

3. ¿Qué tan importante considera los eventos culturales que anualmente se ofrecen en la ciudad para la atracción de turistas?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>



4. ¿Qué tan importante considera las actividades de esparcimiento que se ofertan para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

5. ¿Qué tan importante considera el legado histórico y cultural de esta ciudad como atracción para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

6. ¿Qué tan importante considera la información que se proporciona acerca de lugares, actividades y servicios para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué tan importante considera la hospitalidad y trato que se les brinda a los turistas para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

8. ¿Qué tan importante considera la rapidez en la atención de la oferta de servicios turísticos que se brinda para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

9. ¿Qué tan importante considera los establecimientos que ofertan servicios turísticos, tales como hoteles, restaurantes y establecimientos comerciales para el desarrollo turístico de esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>



10. ¿Qué tan importante considera los servicios de alojamiento y hospedaje que se ofertan en la ciudad para la atracción de turistas?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

11. ¿Qué tan importante considera la higiene de los alimentos y bebidas que se ofertan en esta ciudad para la atracción de turistas?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

12. ¿Qué tan importante considera la calidad y variedad de los alimentos y bebidas que se ofertan en esta ciudad para la atracción de turistas?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

13. ¿Qué tan importante considera al sistema vial y su capacidad en las zonas turísticas para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

14. ¿Qué tan importante considera las vías de acceso a los sitios turísticos para la atracción de turistas a esta ciudad?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>

15. ¿Cómo evalúa la importancia de la ubicación geográfica de la ciudad para la atracción de turistas?

Muy importante	<input type="checkbox"/>	Importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<input type="checkbox"/>



16. ¿Cómo evalúa la importancia de la seguridad de esta ciudad para la atracción de turistas?

Muy importante

Poco importante

Importante

Nada importante

17. ¿Qué tan importante considera la limpieza y pulcritud de los sitios turísticos para la atracción de turistas?

Muy importante

Poco importante

Importante

Nada importante

18. ¿Qué tan importante considera el estado de conservación de la ciudad y los lugares turísticos para la atracción de turistas?

Muy importante

Poco importante

Importante

Nada importante



Anexo 1D. Encuesta de control del instrumento de medición de la Competitividad en las Ciudades Coloniales Patrimonio de la Humanidad de México

Esta encuesta se diseñó con el propósito de de obtener información sobre si el instrumento utilizado para medir la competitividad en Ciudades Coloniales es idóneo; si su redacción es clara para todos los encuestados y si todos interpretan las preguntas de la misma manera. También permite determinar si los resultados obtenidos son homogéneos.

Cabe mencionar que la información proporcionada será tratada de manera confidencial.

Nombre: _____

Institución / empresa: _____

Cargo desempeñado: _____

1. ¿Los encuestados comprenden el objetivo de la encuesta?

Sí No

2. ¿Los encuestados se sienten a gusto al responder las preguntas?

Sí No

3. ¿La redacción de la encuesta es clara?

Sí No

4. ¿La referencia del tiempo es clara para los encuestados?

Sí No

5. ¿Las opciones de respuestas se relacionan con las experiencias de los encuestados en el tema de la pregunta?

Sí No



6. ¿Algunos de los puntos los obligan a pensar demasiado antes de responder?
Si es así, ¿cuáles?

Sí No

7. ¿Algunas de las preguntas tienen influencia sobre la respuesta? Si es así,
¿cuáles?

Sí No

8. ¿Las respuestas recopiladas reflejan la información que necesita con respecto
al objetivo de la encuesta?

Sí No

9. ¿Las respuestas recibidas son lo suficientemente variadas?

Sí No

10. ¿La encuesta es demasiado extensa?

Sí No

11. De acuerdo con sus participantes de prueba, ¿se pasaron por alto otros temas
(variables) importantes? ¿Cuáles?

Sí No



Anexo 2. Matriz de correlación de las dimensiones del Modelo propuesto de la competitividad turística de las Ciudades Coloniales Mexicanas Patrimonio de la Humanidad

Dimensiones		Infraestructura	Atracciones	Servicios	Hospedaje	Gastronomía	Transporte	Seguridad	Conservación
Infraestructura	Correlación de Pearson	1	0.68	0.38	0.21	0.19	-0.30	-0.04	0.53
	Sig. bilateral		0.20	0.51	0.73	0.76	0.83	0.95	0.35
	N		5	5	5	5	5	5	5
Atracciones turísticas	Correlación de Pearson		1	0.85	0.30	0.54	0.13	0.59	.91*
	Sig. bilateral			0.06	0.62	0.35	0.68	0.29	0.02
	N			5	5	5	5	5	5
Servicios	Correlación de Pearson			1	0.64	0.87	0.43	0.70	.96**
	Sig. bilateral				0.23	0.05	0.45	0.18	0.08
	N				5	5	5	5	5
Hospedaje y alojamiento	Correlación de Pearson				1	0.85	0.17	0.28	0.43
	Sig. bilateral					0.06	1	0.64	0.47
	N					5	5	5	5
Gastronomía	Correlación de Pearson					1	0.34	0.41	0.74
	Sig. bilateral						0.70	0.49	0.15
	N						5	5	5
Transporte	Correlación de Pearson						1	0.81	0.45
	Sig. bilateral							0.06	0.36
	N							5	5
Seguridad	Correlación de Pearson							1	0.74
	Sig. bilateral								0.14
	N								5
Conservación	Correlación de Pearson								1
	Sig. bilateral								
	N								

Notas: Coeficiente de correlación de Pearson. La correlación es significativa al nivel 0.05 bilateral.



Interpretación del coeficiente: 0 a 0.29 – Relación no significativa; 0.3 a 0,4 Relación baja; 0,4 – 0,6 Relación moderada; 0,6 – 0,8 Relación alta; 0,8 - 1 Relación muy alta; y, 1 Relación perfecta.

Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos bajo el método de análisis factorial de los componentes principales.



Anexo 3. Aplicación del análisis de correlación

El análisis de correlación se empleó con el objeto de determinar si existe relación entre cada una de las sub-variables definidas. El objetivo es demostrar que todas las sub-variables utilizadas son representativas y tienen capacidad explicativa en el modelo propuesto. Aquellas que no muestran una relación significativa, se excluyen del estudio.

El mencionado análisis se basa en el coeficiente de correlación de Pearson (r). Dicho coeficiente puede tomar valores que van de -1 a 1. Entre más cercano se encuentre el valor obtenido a cero, menor relación existe entre dos variables.

Para realizar el análisis de correlación, se empleó la siguiente fórmula:

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - \sum X^2][N \sum Y^2 - \sum Y^2]}}$$

Como ejemplo de aplicación, tomamos los valores obtenidos en la aplicación de la encuesta para x par de sub-variables, donde:

X = Valores obtenidos para la sub-variable 1

Y = Valores obtenidos para la sub-variable 2

N = Número de observaciones por sub-variable

Como ejemplo, consideremos las sub-variables de infraestructura y atracciones turísticas. Se toman sus valores promedio obtenidos por ciudad:

$X =$ <i>infraestructura</i>	$Y =$ <i>atracciones turísticas</i>
3.5	3.3
3.8	3.5
3.7	3.6
3.7	3.4
3.7	3.4

Fuente: Elaboración propia con valores obtenidos de la aplicación de la encuesta en las ciudades objeto de estudio.



Una vez que se obtuvieron los valores de dichas sub-variables, se sustituyeron en la fórmula para determinar su correlación:

$$r = \frac{5(318.98) - (18.46)(17.28)}{\sqrt{[5(340.77) - (298.59)][5(295.84) - (295.84)]}}$$

$$r = \frac{1594.9 - 318.98}{\sqrt{[1703.86 - 298.59][1479.2 - 295.84]}}$$

$$r = \frac{1275.92}{\sqrt{[1405.27][1183.36]}}$$

$$r = \frac{1275.92}{\sqrt{[1662940.30]}}$$

$$r = \frac{1275.92}{1289.55}$$

$$r = 0.98$$

Dicho coeficiente indica una relación casi perfecta entre las dos sub-variables analizadas. Se efectuó el mismo procedimiento para todas sub-variables establecidas en este estudio.



FUENTES DE INFORMACIÓN

Acerenza, M., (2003), Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual, *Aportes y Transferencias*, Año 7, Vol. II. pp. 43-56. REVISTA

Acerenza, M., (2004), *Marketing de destinos turísticos*, Editorial Trillas, México. (LIBRO).

Acerenza, M., (2006), *Política turística y Planificación del Turismo*, Editorial Trillas, México.

Acerenza, M., (2009), *Competitividad de los destinos turísticos*, Editorial Trillas, México.

Allen, W., (1988), Mercantilism, en: Eatwell, J., Milgate, M. y Newman, P. *The new palgrave: A dictionary of economics*. The MacmillanPress Limited, Vol. 3, pp. 445-449.

Amaya, C., Conde, E., Covarrubias, R., (2008), La competitividad turística: imperativo para Manzanillo, Colima. Teoría y Praxis. No. 5, pp. 17-32.

Arias, F., (2004), *Introducción a la Metodología de la Investigación en ciencias de la Administración y del Comportamiento*, Editorial Trillas, México.

Arroyo, (2009), Ciudades patrimonio de la humanidad: ¿una significación valorada turísticaamente?, *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora. Vol. I, No. 4, Abril, sp.

Arvizu, C., (1993), *Urbanismo Novohispano en el siglo XVI*, Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, Querétaro.

Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, (2008), Zacatecas Patrimonio Mundial, *CIUTAT*, Año 2, No. 12. Marzo-Abril, pp.1-36.

Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, (2008), Guanajuato Patrimonio Mundial, *CIUTAT*. Año 2, Número 11. Enero-Febrero. pp. 1-38.



Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, (2008, 2009, 2010), *Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*, tomado de: <http://www.ciudadesmexicanaspatrimonio.org/>, consulta realizada en diversas fechas.

Ávila, M., (2000), *La Gastronomía y su importancia como recurso natural para el desarrollo del turismo en México*. Escuela Superior de Turismo. Instituto Politécnico Nacional, México.

Avondet, L., y Piñero F., (2007), "Comercio internacional y competitividad en la sociedad del conocimiento" en *Contribuciones a la Economía*, octubre 2007. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/2007c/lafp.htm>

Bailey, K. (1994), *Methods of Social Research*, The Free Press, USA.

Bajo, O., 1991, *Teorías del comercio internacional*, Editorial Bosch, Barcelona.

Banco Mundial (2005), *Global Purchasing Power Parities and Real Expenditures, International Comparison Program*, BM, USA.

Barrado, C., (2001), *Geografía mundial del turismo*, Editorial Síntesis, España.

Barroso, G. y Flores, D., (2006), La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. *Cuadernos de Turismo*, Número 17, pp. 7-24.

Bedate, M., Sanz, A. y Herrero, A., 2001, "Turismo cultural y patrimonio histórico: Aplicación multivariante al estudio de la demanda". IV Encuentro de Economía Aplicada. Universitat Rovira i Virgili, Reus (Tarragona), 7-9 de junio.

Blalock, H., (1986), *Estadística social*, Fondo de Cultura Económica, México.

Blancas, F., y Buitrago, E., (2005), "Estructura y política turística de Sevilla", Edición electrónica a texto completo en www.eumed.net/libros/2005/bpbe/

Blanke, J., Chiesa, T., (2008), The travel and tourism competitiveness index 2008: measuring key elements driving the sector's development, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008*, Foro Económico Mundial, Davos.

Boullón, R., (2003), *Los municipios turísticos*, Editorial Trillas, México.



Bunge, M., (1999), *La Investigación científica: su estrategia y su filosofía*, Siglo XXI editores, México.

Bunge, M., (2008), *Filosofía y sociedad*, Siglo XXI editores, México.

Cal, M., Cárdenas, J., (2009), *Ingeniería de tránsito. Fundamentos y aplicaciones*, Editorial Alfaomega, México.

Calderón, 2005, Tesis doctoral, *Distrito turístico rural, un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. Especial referencial al caso Andaluz*. Universidad de Málaga, España.

Casal, J., Mateu, E., 2003, Tipos de muestreo. *Revista Epidemiología de Medicina Preventiva*, No. 1, pp. 1-7.

Chesnais F., (1981), *The notion of international competitiveness*, Organización para el Desarrollo Económico y el Desarrollo, Paris.

Chudnovsky, D. y Porta, F., (1990), *La Competitividad Internacional, principales cuestiones conceptuales y metodológicas*, Centro de Estudios e Investigación de Postgrado (CEIPOS), Universidad de la República, Uruguay.

Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, (2007). *Programa Nacional de Áreas Protegidas*. CONANP, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, (2002), *Carta de Pátzcuaro, 2002*, XXII Symposium Internacional de Conservación del Patrimonio Monumental organizado por ICOMOS Mexicano.

Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, (2003), *Patrimonio en Peligro, Patrimonio destruido, 2003*, XXIII Symposium Internacional de Conservación del Patrimonio Monumental organizado por ICOMOS Mexicano.

Consejo Internacional sobre monumentos y sitios, (1965), *Carta Internacional sobre la Conservación y la restauración de monumentos y sitios*, México.

Consejo Internacional sobre monumentos y sitios, (1976), *Carta sobre el Turismo Cultural*. Bruselas, Bélgica.



Consejo Internacional sobre monumentos y sitios, (1976), *Carta sobre el Turismo Cultural*, Bélgica.

Consejo Internacional sobre monumentos y sitios, (1999), *Carta Internacional sobre el Turismo Cultural*, México.

Consejo Internacional sobre monumentos y sitios, (1999), *Carta Internacional sobre el Turismo Cultural*, México.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, (2004). *Cartografía de Recursos Culturales de México. Patrimonio Cultural y Turismo*. CONACULTA/ Coordinación de Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo. México.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, (2007), *Diagnóstico de Infraestructura cultural*, México.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, (2009), *Sistema de Información Cultural*, México.

Crouch, G. y Ritchie, J., (1995), *Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise*, IV Congreso Anual de Negocios, Turquía.

Crouch, G. y Ritchie, J., (1999), Tourism, competitiveness, and societal prosperity, *Journal of Business Research*, March, 1999, No. 44, pp. 137-152.

Crouch, G., (1992), Effect of Income & Price on International Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, No. 3, pp. 643-644.

Crouch, G., and Ritchie, J. R, (1999), *Competitive Tourism Destinations: Combining Theories of Comparative Advantage*, Unpublished working paper, Ninth Australian Tourism and Hospitality Research Conference, Febrero, Australia.

Crouch, G., y Ritchie, J., (2000), The Competitive Destination: A Sustainability Perspective, *Tourism Management*, Vol. 21, pp. 1-7.

Cruz, A., (2009), Factores de atracción turística: similitudes y diferencias en los principales destinos del Caribe Insular, *TUR y DES*, Vol. 2, No, 6, sp.

Datatur, 2011, tomado de http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/reportes_anuales



Dwyer, L. y Kim, Ch., (2003), Destination competitiveness: a models and determinants. *Current issues in tourism*, Vol. 6, No. 5, pp. 369-414.

Dwyer, L., Forsyth P. and Rao P. (2000a), Sectoral Analysis of Destination Price Competitiveness: An International Comparison, *Tourism Analysis*, Vol. 5, pp. 1-12.

Dwyer, L., Forsyth, P., and Rao, P., (2000b), The Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations, *Tourism Management*, Special Vol. 21, No. 1, pp. 9-22.

Dwyer, L., Forsyth, P., Rao, P., (2001), *PPPs and the Price Competitiveness of International Tourism Destinations*, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Paris.

Dwyer, L., Forsyth, P., Rao, P., (2002), Destination Price Competitiveness: Exchange Rate Changes versus Domestic Inflation, *Journal of Travel Research*, Sage Publications, February 2002, Vol. 40, No. 3, pp. 340-348.

Dwyer, L., Forsyth, P., Rao, P., Valerio, (1998), *Australia: A Price Competitive Tourist Destination*. Sydney: Tourism Council of Australia., Australia.

Dwyer, L., Forsyth, y Rao, P., (1999), Tourism Price Competitiveness and Journey Purpose, Turizam, Special Issue on *Competitiveness in Hospitality and Tourism*, Vol 47, No. 4, pp. 283-99.

Dwyer, L., Kim, Ch., (2001), *Destination competitiveness: development of a model with application to Australia and the Republic of Korea*. Korea Tourism Research Institute. Institute and Department of Industry, Science and Resources, Canberra.

Dwyer, L., P. Forsyth, P., (2009), Tourism Price Competitiveness, *The Travel & Tourism Competitiveness Report*, World Economic Forum, Davos.

Elías, L., (2009), *Otras formas de turismo*, Editorial Trillas, México.

Espeitx, E., (2004), Patrimonio Alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural*. Vol. 2, No. 2, pp. 193-213.



Esser K.; Hillebrand W.; Messner D.; Meyer-Stamer J. (1996): Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política, *Revista de la CEPAL*, No. 59, pp. 39-52.

EUMED, (2009), *Diccionario de Economía y Finanzas*, Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas, Universidad de Málaga, España.

Fernández, G., Guzmán, A., (2001), *El Patrimonio Histórico Cultural revalorizado en el marco de un desarrollo sustentable del turismo*, Memorias electrónicas del I Congreso Virtual Internacional de Cultura y Turismo, Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico-Cultural de la ciudad de Buenos Aires GCBA, Argentina.

Ferranti, D., Perry, G., Lederman, D., Maloney, W., (2002,) *From Natural Resources to the Knowledge Economy – Trade and Job Quality*, Banco Mundial, USA.

Flores D., (2007), *Análisis de la oferta y demanda turística del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche*, Tesis de doctorado, Universidad Internacional de Andalucía, España.

Flores, D., (2008), *Competitividad Sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos. Un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche Y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas*, Tesis doctoral, Universidad de Huelva, España.

Fondo Monetario Internacional, (1984), *World Economic Outlook*, International Monetary Fund, USA.

Fondo Monetario Internacional, (2005), *Programa de Comparación Internacional*, USA.

Fondo Monetario Internacional, (2007), *Sistema General de Divulgación de Datos*, USA.

Fondo Monetario Internacional, (2008), *Comparación Estadística Internacional*, Boletín publicado el 8 de enero de 2008.



Fondo Monetario Internacional, (2009), *World Economic Outlook*, International Monetary Fund, USA.

Foro Económico Mundial, (2007), *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo*, Davos.

Foro Económico Mundial, (2008), *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo*, Davos.

Foro Económico Mundial, (2009). The Travel & Tourism Competitiveness Index 2009: Measuring Sectorial Drivers in a Downturn, Davos.

Foro Económico Mundial, (2010), *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo*, Davos.

Fuster, B., (2003), *La competitividad de las manufacturas españolas en la Unión Europea*, Universidad de Alicante, España.

Garau, J. (2006): *Propuesta de dos indicadores para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda*, XV Simposio Internacional de turismo y ocio, ESADE – Fira, Barcelona.

García J., 1990. *Psicosociología del Turismo*, Ediciones Aljibe, Málaga,
Gobierno del Estado de Guanajuato, (2011), *Turismo*, tomado de:
<http://www.guanajuato.gob.mx/gto/turismo.php>, consultado el 3 de junio de 2011.

Gobierno del Estado de Michoacán, (2009), *Enciclopedia de los Municipios de México*, Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, México.
Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2011), *Catálogo de Claves de Entidades Federativas, Municipios y Localidades*. INEGI, México.

Gobierno del Estado de Querétaro, (2011), *Información geográfica de los municipios de Querétaro*, tomado de
<http://www.queretaro.gob.mx/municipios.aspx?q=RrRbGx+QAUGDLhK1VcwWPw>
==, consultado el 5 de enero de 2011.



Gobierno Federal de México, 2007, Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2012, *Diario Oficial de la Federación*, publicado el 31 de mayo de 2007, México.

González, M., (2008), Zacatecas Patrimonio Mundial. *Revista CIUTAT*. Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad. Número 12. Año 2. Marzo-Abril, pp. 1-36.

Guillén, F., (2008), *La nueva base 2003 de la Cuenta Satélite de Turismo de México (CSTM)*. Instituto Nacional de Geografía y Estadística, México.

Haguenauer L., 1989. Competitividade, conceitos e medidas. Umaresenha da bibliografiarecentecomêmfase no caso brasileiro. IEI/UFRJ, TPD No 208, Rio de Janeiro 1989.

Hedding, M., (2000). *El Potencial de las Ciudades Patrimoniales como Atractivo Turístico*. Ponencia del Sexto taller de imagen urbana de las Ciudades Turísticas con Patrimonio Histórico. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, L., (2003), *Metodología de la Investigación*, Editores Mexicanos Unidos, México.

Hu, J.; Ritchie, J., (1993), Measuring destinations attractiveness: A contextual approach, *Journal of Travel Research*, October, 1993, Vol. 32, No. 32, pp. 25-39.

Instituto Nacional de Antropología e Historia, (2009), *Catalogación de Monumentos históricos*, Estudio y delimitación de Zonas de Monumentos Históricos, México.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística, (2005), *Censos económicos 2004*, México.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística, (2008), *Cuenta Satélite de Turismo en México 2003-2006*, México.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística, (2010), *Cuenta Satélite de Turismo en México 2003-2008*, México.

Instituto Nacional de Migración, (2009), *Sistema Integral de Información Migratoria*, México.



- Iraossi, G. (2006), *The Power of Survey Design: A User's Guide for Managing Surveys, Interpreting Results, and Influencing Respondents* (El poder del diseño de una encuesta: guía del usuario para administrar encuestas, interpretar resultados e influir en los encuestados), Washington, D. C.: The World Bank.
- Izquierdo, V. (2002): *Manual para Agentes de Desarrollo Rural*. Ediciones MundiPress. Instituto de Desarrollo Rural, Madrid.
- Kerlinger, (1986), *Investigación del comportamiento*, Nueva Editorial Interamericana, New York.
- Klaus, D., (2003). *Apuntes sobre el modelo de Heckscher-Ohlin. Economía Internacional*, Universidad Carlos III de Madrid, España.
- Kozikowski, Z. (2007), *Finanzas Internacionales*, Editorial McGraw Hill Interamericana, México.
- Krugman P., (1997), *Development, Geography and Economic Theory*, MIT PRESS, USA.
- Krugman, P., (1994), *Competitiveness: a dangerous obsession*, *Foreign Affaire*, Vol. 73, No. 2, Marzo-abril, 1994, pp. 28-44.
- Krugman, P., (1997), *Competitiveness*, Council on Foreign Relations, Inc., USA.
- Krugman, P., y Obstfeld, M., (2003), *Economía Internacional: Teoría y Política*, Editorial McGraw-Hill, España.
- Leno, C., (1993), *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria Comercio y turismo, MICYT, Madrid
- López, G., Palomino, B, (2007), *Elaboración de un diagnóstico del estado de la investigación turística en el país y generación de un programa de investigación integral para el sector turismo*, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- López, I., (2001), *Contenido factorial del comercio exterior español*, *Información Comercial Española*, número 794, pp. 91-102.



Martin, C. y Witt, S., (1987), Tourism Demand Forecasting Models: Choice of Appropriate Variable to Represent Tourists Cost of Living, *Tourism Management*, Vol. 8, No. 3, Septiembre, pp. 223-246.

Maslow, A., (1954), *Motivation and Personality*, Editorial Hasper& Row, USA.

Mathis J., Mazier J., Rivaud-Danset D, (1988), *La compétitivité industrielle*, Dunod, Paris.

Mazanec, J., Wöber, J., Zins, A., (2007), Tourism Destination Competitiveness: From definition to explanation?’, *Journal of Travel Research*, Vol. 46, No. 1, pp. 86-95.

McIntosh, R., Goeldner Ch., Ritchie, J., (1999): Turismo Planeación, Administración y Perspectiva. Editorial Limusa-Wiley. México

Mcintosh, R., y Shashikant, G., (1983), *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*, Editorial Limusa. México.

McKercher, B. y Du Cros, H, (2003), Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 5, No. 1, pp. 45-58.

Muñoz, F., (2004), *Autopsia del Turismo: El vencimiento de la distancia*, Editado por eumed-net; accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/>.

Muriá, J., (2010), La conquista de México, en *Historia de México*, coord. Gisela von Wobeser, Fondo de cultura económica, México.

Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura, (1982), *Declaración de México sobre las políticas culturales*, Conferencia mundial sobre las políticas culturales, presentada el 6 de agosto de 1982 en México.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (2009, 2011), *Lista de Declaratoria de Sitios Patrimonio de la Humanidad en América*, tomado de <http://whc.unesco.org/en/list/>, Paris.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (2004), *Intangible Heritage*, Francia.



Organización Internacional del Trabajo, Fondo Monetario Internacional, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, Oficina Estadística de las Comunidades Europeas, Organización de las Naciones Unidas, Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial, (2004). *Manual del Índice de Precios al Consumidor, teoría y práctica*, USA.

Organización Mundial de Comercio, (2011), *Sistema de estadísticas*, tomado de <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E>, consultado el 3 de enero 2011.

Organización Mundial de Turismo, (1995), *Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo*, OMT, Madrid.

Organización Mundial de Turismo, (1996), *Seguridad en turismo: Medidas prácticas para los destinos*, OMT, Madrid.

Organización Mundial de Turismo, (2002), *Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible*, OMT, Madrid.

Organización Mundial de Turismo, (2006), *UNWTO Yearbook of Tourism Statistics*, OMT, Madrid.

Organización Mundial de Turismo, (2006). *Tourism Market Trends, Annex World Tourism*, OMT, Madrid.

Organización Mundial de Turismo, (2009), *TSA Data around the world, worldwide summary*, Departamento de estadística de la Cuenta Satélite de Turismo, OMT, Madrid.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (1999), *Frameworks for industrial competitiveness*, Paris.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (2009), *Sistema de Información estadística*, Paris.

Ortega (coord), (2008), Puebla Patrimonio Mundial WorldHeritage, *CIUTAT*, Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, Número 15. Año 2. Septiembre-Octubre 2008, pp.1-49.



Ortega (coord), (2009), Morelia Patrimonio Mundial, *CIUTAT*, Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, Número 13. Año 2. Mayo-Junio 2008, pp. 1-37.

Ortega (coord), (2009), Querétaro Patrimonio Mundial World Heritage, *CIUTAT*, Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad, Número 19. Año 3. Mayo-Junio 2009, pp. 1-49.

Ortíz, A., y Tamayo P., (2009), *Zacatecas, Los paisajes culturales de la época revolucionaria*, EGAL 2009, Montevideo, Uruguay. Tomado de http://egal2009.easyplanners.info/area05/5416_Ortiz_Alvarez_Maria_Ines.pdf

Porter M., (1982), *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*, Editorial CECSA, México.

Porter M., (1987), *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*, Editorial CECSA, México.

Porter M., (1990), *The Competitive advantage of Nations*, The Free Press, USA.

Porter M., (1998), *On competition*, Harvard Business School Press, USA.

Porter, M., (1999), *The Competitive advantage of Nations: with a new introduction*, Editorial MacMillan, Reino Unido.

Quijano, P., (coord), (1993), Ciudades Coloniales, *México desconocido*, Número 5, 2ª. Edición, Editorial Jilguero, México.

Quintanar, B., (coord), (2009), Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial, *México desconocido*, Guía especial, Impresiones Aéreas, México.

Rahnema, (2007). *Finanzas Internacionales*, Ediciones Deusto, España.

Ramos R., (2001), *Modelo de Evaluación de la Competitividad Internacional: Una Aplicación Empírica al Caso de las Islas Canarias*, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Gran Canaria.



Reyes, A., (2000), Infraestructura en turismo, *Revista Construcción y Tecnología*, Instituto Mexicano del Cemento y del Concreto, A.C., Vol. 13, No. 151, Diciembre 2000, sp.

Ricardo, D., (1994), Principios de Economía Política y Tributación, Fondo de Cultura Económica, México.

Ritchie, J. y Crouch, G., (2004), *The competitive destination. A sustainable tourism perspective*, CABI Publishing, Oxon, Reino Unido.

Ritchie, W., Brent, J., Zinns, M., (1978), “Culture as a determinant of the attractiveness of a tourism region”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, Abril-junio, pp. 20-35.

Rybczynski, T., (1955), Factor endowments and relative commodity prices, *Economica*, Vol. 22, pp. 336-341.

Sadoulet, E., Janvry, A., (1995), *Quantitative Development Policy Analysis*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.

Salvatore, D., (1999), *Economía Internacional*, Editorial Prentice Hall, México.

Samuelson, P., y Norhaus, W., (2006), *Economía*, Editorial McGraw – Hill, México.

Sánchez, J., (2007), *Tesoros turísticos de México*, Editorial Trillas, México.

Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro, (2011), *Geografía*, tomado de: <http://www.queretaro.travel/contenido.aspx?q=0P7NpIeTMwzqY4XwfJDiu3byakm9uxBt>, consultado el 15 de mayo de 2011.

Secretaría de Turismo, (1999), *Cuenta Satélite del Turismo, 1999 – 2004*. México.

Secretaría de Turismo, (2000), *Estudio de Gran visión de Turismo en México: Perspectiva 2020*, México.

Secretaría de Turismo, (2001), *Plan Nacional de Turismo 2001 – 2006*, México.

Secretaría de Turismo, (2002), *Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural*, Centro de Estudios Superiores de Turismo, México.

Secretaría de Turismo, (2003), *Cuenta Satélite del Turismo, 2003 – 2006*. México.



Secretaría de Turismo, (2004), *Hechos y tendencias del Turismo*, Boletín Septiembre, Número 35, México.

Secretaría de Turismo, (2005), *Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad*, Boletín No. 106, octubre de 2005.

Secretaría de Turismo, (2005), *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México.

Secretaría de Turismo, (2006), Primera Reunión Nacional de Interlocutores de Desarrollo Turístico. *Desarrollo de productos de turismo cultural*, México.

Secretaría de Turismo, (2006), *Programa Estatal de Turismo de Michoacán*. Morelia.

Secretaría de Turismo, (2006), *Turismo de Internación 2000 – 2005. Visitantes Internacionales hacia México*, México.

Secretaría de Turismo, (2007), *Elaboración de un diagnóstico del estado de la investigación turística en el país y generación de un programa de investigación integral para el sector turismo*, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Secretaría de Turismo, (2007), *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*, México.

Secretaría de Turismo, (2008), *Análisis del turismo 3*, México.

Secretaría de Turismo, (2008), *Turismo en México 2008*, México.

Secretaría de Turismo, (2009), *Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos*, Consejo de la Promoción Turística de México, México.

Serrato, M., Díaz, J., Tello, J., (2008), *Perfitur 2007, perfil del turista que visita el Estado de Michoacán*, Centro de Desarrollo Empresarial y Transferencia del Conocimiento, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.

Serrato, M., Díaz, Tello., (2007), *Perfitur 2006, perfil del turista que visita el Estado de Michoacán*, Centro de Desarrollo Empresarial y Transferencia del Conocimiento, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.



Serrato, M., Tello, J., García, S. y Castillo, J., (2009), *Perfitur 2008, perfil del turista que visita el Estado de Michoacán*, Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.

Serrato, M., Tello, J., García, S., Castillo, J., Gómez, K., (2010), *Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos ICTEM 2010*, Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.

Smith, A., (1999), *Investigación de la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*, Ediciones Folio, España.

Soares, L., y Estrela, H., 2008, A Importancia da gastronomia como patrimonio cultural, *TURyDES*, Vol. 1, N° 2, sp.

Stolper, W., Samuelson, P., (1941), Protection and real wages. *Review of Economic Studies*, Vol. 9, pp. 58-73.

Tavares, L., (2006), “a Convención de la UNESCO y el patrimonio mundial, *Boletín Hereditas*, Núm. 4, Dirección del Patrimonio Mundial – INAH, México.

Torres, R., (2007), “Teoría del comercio internacional”, Siglo veintiuno editores, México.

Torruco, M., y Ramírez, B., (1991), “Servicios turísticos: la oferta turística y sus principales componentes”, Editorial Diana, México.

Vanek, J., (1964), “Comercio Internacional, teoría y política económica”, Editorial Uthea, México.

Villarreal, R., (2002), “México Competitivo 2020: Un Modelo de Competitividad Sistémica para el Desarrollo”, Editorial Océano, México.

Villarreal, R., (2004), “La competitividad sistémica: conceptos y condiciones en México”, UNAM, México,

Viñals, J., (1993), “La competitividad, sus determinantes y el papel de la política macroeconómica”, *Papeles de Economía Española*, No. 56, España.



Fuentes electrónicas:

<http://www.bancomext.com.mx>

<http://www.bancomundial.org.mx>

<http://www.conaculta.gob.mx>

<http://www.e-local.gob.mx>

<http://www.fonatur.gob.mx>

<http://www.guiacultural.gob.mx/>

<http://www.imf.org>

<http://www.inah.gob.mx>

<http://www.mexico-travel.com/>

<http://www.michoacan.gob.mx/>

<http://www.michoacanelalmalde.gob.mx/>

http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/index_gral.htm

<http://www.omt.org.mx>

<http://www.ovpm.org/>

<http://www.puebla.gob.mx>

<http://www.sectur.gob.mx>

<http://www.seplade.gob.mx>

<http://www.siimt.com>

<http://www.turismomichoacan.gob.mx/>

<http://www.unwto.org>

<http://www.whc.unesco.org>

<http://www.wttc.org>

<http://www.imd.ch>

<http://www.inegi.gob.mx>



DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y DOTACIÓN FACTORIAL
DE LAS CIUDADES COLONIALES MEXICANAS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
BAJO UN ESCENARIO DE PRECIOS INTERNACIONALES

<http://www.jstor.org>

<http://www.oecd.org>