

## Determinantes de competitividad turística en destinos de sol y playa mexicanos

Determinants of tourist competitiveness  
in Mexican sun and beach destinations

Carlos Mario Amaya Molinar<sup>\*</sup>

Ana Pricila Sosa Ferreira<sup>\*\*</sup>

Pedro Moncada Jiménez<sup>\*\*</sup>

Resumen: el estudio se orienta a determinar si los agentes de riesgo, como la población residente y los visitantes, pueden percibir los factores de la competitividad de los destinos turísticos. Para lograr dicho objetivo se revisó el estado del arte de la literatura académica sobre el tema, se identificaron los modelos teóricos más reconocidos y las variables e indicadores utilizados con más frecuencia. El estudio empírico, realizado en dos destinos mexicanos de sol y playa, sugiere que los agentes de riesgo pueden percibir algunos de esos factores. Y aunque sólo se empleó un muestreo de conveniencia, en investigaciones futuras se podría utilizar uno probabilístico. Este trabajo contribuye a profundizar en la comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos, y trasciende el empleo de índices nacionales abstractos o estudios descriptivos.

\* Universidad de Colima. Ave. Josefa Ortiz de Domínguez # 64, colonia La Haciendita, C. P. 28950, Villa de Álvarez, Colima, México. Teléfono: (312) 31 61 182, extensión: 50325. Correo electrónico: cmamaya@uacol.mx

\*\* Universidad del Caribe. SM. 78, manzana 1, lote 1, fraccionamiento Tabachines, C. P. 77528, Cancún, Quintana Roo, México. Teléfono: (998) 881 4400.  
Correos electrónicos: psosa@ucaribe.edu.mx / pmoncada@ucaribe.edu.mx

*Palabras clave:* competitividad turística; desarrollo sostenible; estudios empíricos; turistas; bienestar en destinos.

*Abstract:* this study is aimed at determining whether the agents of risk, such as the resident population and the visitors, can perceive the competitiveness factors of tourist destinations. In order to achieve this goal the state of the art of the academic literature on the subject was reviewed. Likewise, the most recognized theoretical models and the most frequently used variables and indicators were identified. This empirical study, carried out in two Mexican sun and beach destinations, suggest that the agents of risk can perceive some of those factors. And although a convenience sampling was used now, a probabilistic one could be used in future research. This study contributes to deepening our understanding of the factors that determine tourist destinations' competitiveness; it goes beyond the use of national abstract indexes or descriptive research.

*Key words:* tourist competitiveness; sustainable development; empirical studies; tourists; well-being at destinations.

## Introducción

A principios del presente siglo se incrementaron los estudios sobre la competitividad de los destinos turísticos (Medina-Muñoz et al. 2013; Botti y Peypoch 2013), pero aún se está lejos de alcanzar consensos sobre su definición conceptual, los modelos teóricos y sus variables, la agregación de los objetos de estudio, las metodologías pertinentes y los sujetos participantes. Aunque los trabajos sobre competitividad turística ya se publican con mayor frecuencia en la literatura académica, se ha atendido poco la percepción de actores principales del sistema turístico. Una gran parte de los consultados se basa en estadísticas nacionales o en estudios descriptivos; por ello, éste se orienta a delinear un panorama general de la investigación sobre el tema, mediante

la identificación de las variables dependientes e independientes más analizadas, y propone un acercamiento a dichos actores. El objetivo es determinar la forma en que algunos de éstos pueden percibir la competitividad turística.

## Revisión de la literatura

### Antecedentes, conceptos y modelos teóricos generales

El término competitividad se emplea en argumentos académicos, políticos, tecnológicos y de negocios; se ha aplicado a países, regiones, industrias y empresas. Adam Smith y David Ricardo fueron los primeros en estudiar el tema, analizaron tanto las ventajas competitivas, generadas por precios menores, como las comparativas, derivadas de diferencias en la dotación de recursos entre países (Cho y Moon 2013). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) definió a la competitividad como “el grado en el que un país puede, en condiciones de mercado libre y justo, producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y expandiendo el ingreso real de su gente en el largo plazo” (Durand y Giorno 1987). Esser et al. (1994), del Instituto Alemán del Desarrollo, crearon el concepto *competitividad sistémica*, y propusieron que la competitividad de la economía descansa en medidas dirigidas a un objetivo, articuladas en cuatro niveles del sistema (meta, macro, meso y micro), y basadas en una conducción plural, que incluye la competencia, el diálogo y la toma conjunta de decisiones.

Porter (1998) señaló que no existen países ni regiones competitivos, sino *clusters* de empresas competitivas; así, una nación, estado o comunidad no es competitivo *per se*, sino que contiene conjuntos de empresas que se han articulado apropiadamente entre sí para producir y comercializar con éxito productos o servicios, con base en sus ventajas comparativas y competitivas. Algunos investigadores enfatizan estas últimas, relativas a la eficiencia con que los actores involucrados emplean los recursos disponibles (Porter 1998); otros les conceden la misma importancia a las comparativas, derivadas de la dotación de recursos naturales y culturales (Ritchie y Crouch 2005).

## Conceptos y modelos de competitividad turística

En la literatura académica se encontraron diversas definiciones de competitividad turística; algunas simplistas y otras no definen un concepto. Son frecuentes las citas de los trabajos de Porter (1998; 1993); Ritchie y Crouch (2005; 1993) y Crouch y Ritchie (1999). En este apartado se comentan algunos de los conceptos y modelos de competitividad turística más mencionados. Para Enright y Newton (2005; 2004): “Un destino turístico es competitivo si puede atraer y satisfacer turistas potenciales”. Cracolici y Nijkamp (2008) y Cracolici et al. (2008) definen a la competitividad como la superioridad cualitativa y cuantitativa de una unidad, empresa o territorio sobre el conjunto de competidores. Para Croes y Rivera (2010), y Croes (2010) la competitividad se refleja en la calidad de vida de los residentes del destino turístico, representada con el ingreso real per cápita; Pike (2012), Dimanche (2005), Ivars et al. (2013), Chen y Phou (2013) y Bernini (2009) se refieren a las ventajas comparativas o competitivas. Zhang y Jensen (2007) y Li y Liang (2010) analizan las fluctuaciones temporales en los flujos de turistas. Claver-Cortés y Pereira-Moliner (2007) asumen que el grado de competitividad de un destino turístico depende de la eficiencia de las empresas que operan ahí.

El Índice de competitividad de viajes y turismo del Foro Económico Mundial (ICVT-FEM) se centra en medir los factores y políticas que hacen atractivo el desarrollo del sector de viajes y turismo en los países (Blanke y Chiesa 2013), aunque no define un concepto; su índice se compone de 3 subíndices y 14 pilares. Wu et al. (2012) observan que, al medir los resultados generales, a todos los subíndices y pilares se les da la misma importancia, y señalan que eso puede conducir a conclusiones erróneas, ya que las ventajas y las desventajas naturales y culturales son diferentes en los países. Además, los pilares y subíndices que componen el índice se presentan de manera aislada e independiente, sin aportar relaciones causales que apoyen la toma de decisiones de los encargados de la política turística. Para agregar valor al ICVT-FEM, Wu et al. (2012) exploraron las relaciones causales entre los elementos citados, aplicaron un análisis de redes bayesia-

nas, y encontraron que los pilares influyen en forma diferenciada en los resultados del índice y, por otra parte, que no es apropiado medir con los mismos parámetros a países con grandes diferencias en su desarrollo socioeconómico. El concepto de competitividad turística más citado es el de Ritchie y Crouch, por su respaldo teórico:

La competitividad de un destino turístico depende de su habilidad para incrementar el gasto del turista y para atraer cada vez más visitantes al tiempo que se les proporcionan experiencias memorables y satisfactorias, haciéndolo de manera rentable, al tiempo que se incrementa el bienestar de los residentes, conservando el capital natural del destino para las generaciones futuras (2005, 2).

Esta definición enfatiza la sostenibilidad ecológica, económica y social de la operación turística, así como la satisfacción del visitante. Su modelo teórico incorpora las ventajas comparativa y competitiva de Porter (1998), ubica al destino turístico en su macroentorno, lo relaciona con su microentorno, y considera cinco factores básicos constituidos, a su vez, por un conjunto de 36 “sub-factores” que influyen en su competitividad. El fundamento teórico de este modelo es sólido, pero resulta impráctico pues propone medir 436 dimensiones cuantitativas y cualitativas del fenómeno, sin establecer relaciones de causalidad entre las variables, ni un indicador final para medir la competitividad de un destino turístico. Consciente de las limitaciones de su trabajo, Crouch (2010) delimitó los factores definitorios de la competitividad, mediante la investigación de sus atributos determinantes, los que más influyen para identificar al destino más competitivo de manera sostenible en comparación con otros, de acuerdo con criterios de expertos. La OCDE propone su concepto de competitividad turística, y toma al país como unidad de análisis; examina temas como el desempeño y los impactos del turismo, la habilidad del destino para suministrar servicios con calidad, la atraktividad, las respuestas políticas y las oportunidades económicas (Dupeyras y MacCallum 2013); este modelo teórico no se ha probado empíricamente.

### *Modalidades de estudios de la competitividad turística*

Para realizar el estudio se reunieron 128 publicaciones académicas e institucionales sobre el tema, y se conservaron las 48 que, según los autores tenían la calidad necesaria para el análisis; se clasificaron en función de su enfoque, aunque esto no fue definitorio, sino un recurso para organizar la información. Por la naturaleza del término competitividad, la mayoría de los trabajos establecen comparaciones entre países o destinos; son frecuentes los de enfoque económico, que analizan los efectos de los precios y su elasticidad en la demanda, el impacto del turismo en la economía local y en el bienestar de su población y la evolución de flujos de visitantes y su gasto frente a destinos competidores, entre otros (Mangion et al. 2012; Croes y Rivera 2010; Dwyer et al. 2000; Li y Liang 2010). Los trabajos centrados en la eficiencia de los destinos turísticos son una variante de los enfoques económicos, pues examinan el aprovechamiento de la capacidad instalada, la frontera de posibilidades de producción y la eficiencia general de las empresas que operan en ellos (Claver-Cortés y Pereira-Moliner 2007; Barros et al. 2011; Cracolici et al. 2008).

Algunos estudios parecen orientarse a demostrar que un método de investigación en particular es el apropiado para abordar la competitividad turística, como los de Zhang et al. (2011) y Huang y Peng (2012), que aplican la técnica por orden de preferencias por similitud a la solución ideal (TOPSIS, por sus siglas en inglés) a regiones de China. Otros analizan la competitividad por sectores de actividad relacionados con el turismo, como la industria de eventos y congresos, en Italia (Bernini 2009); balnearios turísticos, en España y Portugal (Rodrigues y Carrasqueira 2011) o redes de pequeñas y medianas empresas turísticas en Inglaterra (Novelli et al. 2006). Webster e Ivanov (2014), Wu et al. (2012) y Mazanec y Ring (2011) procesan estadísticamente los resultados del índice de competitividad del FEM, y exploran las relaciones de causalidad entre sus pilares. Buhalis (2000), Andrades-Caldito et al. (2013), Chen y Phou (2013) y Pike (2012) vinculan a la competitividad con el marketing de los destinos turísticos, analizan la imagen de éstos, la calidad de la experiencia de visita, la satisfacción general del visitante y las intenciones conductuales generadas al final, como la disposición para recomendar y la deci-

sión de regresar. Analizar a profundidad las definiciones conceptuales y los modelos teóricos de todas las obras consultadas sería objeto de otro trabajo académico; en este apartado sólo se presentan las características de algunas relevantes sobre el tema, para ilustrar la divergencia existente en la literatura.

#### *Metodologías de investigación empleadas en el estudio de la competitividad*

Las metodologías utilizadas en los trabajos revisados son más diversas que los enfoques; 42 por ciento de éstos se basan en estadísticas elaboradas por organismos nacionales e internacionales, sobre todo en los de orientación económica, y en el índice del FEM; 10 por ciento no fundamentan sus planteamientos en datos estadísticos o empíricos, entre los que se encuentran algunos de los modelos teóricos más citados, como los de Ritchie y Crouch (2005) y Dwyer y Kim (2003). La mayoría de los trabajos con estudio empírico emplea encuestas (38); los demás usan métodos cualitativos; sólo ocho se basan en percepciones de consumidores finales y visitantes; el resto está dirigido a agentes interesados de la industria turística, como directivos o con niveles educativos elevados: agentes de viajes, gerentes de hoteles; profesionales del turismo; directivos y funcionarios del ramo; académicos; estudiantes y directivos de oficinas de gestión de destinos turísticos, entre otros. A pesar de que algunos de los modelos teóricos de competitividad turística más citados mencionan el bienestar de la población y a los *stakeholders* (interesados), ninguno de los trabajos consultados considera el punto de vista de la población residente o de la gran base de trabajadores de primera línea de la industria turística; es decir, de la mayoría de los principales interesados.

#### *Variables e indicadores usados para el estudio de la competitividad*

La diversidad de enfoques entre los trabajos revisados dificulta definir con precisión las variables dependientes e independientes de los modelos teóricos. En el anexo se presentan los indicadores que, a juicio de los autores, pueden considerarse representativos de la competitividad de los destinos turísticos. Para lograr el objetivo planteado aquí, se clasificó a las variables en independientes y dependientes; entre

las últimas están los indicadores de competitividad, mientras que las independientes son los factores que determinan la competitividad.

La literatura sugiere que las correlaciones entre los indicadores de competitividad son fuertes, por ejemplo, la duración de la estancia, el gasto del turista, la tasa de ocupación y la eficiencia (Cracolici y Nijkamp 2008; Cracolici et al. 2008 y Barros et al. 2011); una mayor cantidad de visitantes con una estancia más larga producirá mayor gasto y más eficiencia en el aprovechamiento de la estructura instalada. Otro conjunto de indicadores examina el dinamismo de la industria, como la evolución de las tendencias de cantidad de visitantes, la participación de mercado y la comparación con destinos rivales. Desde un punto de vista dinámico, el número de turistas y su gasto siempre fluctúan, por lo que es necesario observar las tendencias en este tipo de indicadores en el mediano y largo plazo, para estimar si se gana o se pierde participación de mercado frente a la competencia. Cozumel podría comparar las tendencias en la cantidad de buzos que recibe, su estancia y su gasto, frente a los datos de destinos con oferta similar en la región, como Belice y Roatán. Que haya más turistas de gama alta no significa necesariamente que su gasto permanezca en el destino, y se distribuya de manera razonable entre su población, lo que lleva a proponer indicadores sociales de competitividad turística como el bienestar, la distribución del ingreso por turismo y su contribución al crecimiento económico. Desde el punto de vista mercadológico, la lealtad, las intenciones conductuales positivas y el apego al destino son indicadores manifiestos de competitividad. La mayor parte de los trabajos que proponen al “bienestar social/distribución del ingreso por turista, contribución del turismo al crecimiento económico”, como indicador de competitividad, se han desarrollado mediante modelos econométricos, sin consultar a la población local sobre su percepción de bienestar y sostenibilidad social.

La tasa de ocupación y el ingreso por cuarto disponible son indicadores hoteleros, que pueden considerarse como de competitividad, si se asume que un destino estará bien si su sector hotelero lo está, aunque debería comprobarse una correlación directa de estos indicadores en cada lugar, sobre todo si se piensa que la expansión del modelo de operación con paquetes “todo incluido” disminuye el gasto del turista en otros negocios de la localidad. Aquí surge la pregunta

sobre la relación entre número de visitantes, la tasa de ocupación y el ingreso por cuarto disponible; por ejemplo, en la costa del Pacífico mexicano, Acapulco recibe más turistas, pero con un promedio de 39 por ciento de ocupación, una de las tasas más bajas de la región (Secretaría de Turismo 2014). Llama la atención que el factor *naturaleza, sostenibilidad ambiental y clima*, mencionado con mayor frecuencia en los trabajos, es el menos estudiado y, por cierto, uno de los más complejos de abordar; se puede investigar su percepción entre los actores del sistema turístico, pero sólo las investigaciones de los expertos en la materia como biólogos, oceanógrafos y especialistas en ciencias naturales permitirán determinar el verdadero estado de conservación de la naturaleza en un destino turístico.

En el extremo opuesto, hay otros factores menos importantes para los investigadores, como los recursos humanos, el grado de adopción de tecnologías de información y comunicación y la política turística, aunque el trabajo de Wu et al. (2012) demuestra su influencia en la competitividad. El hecho de que un factor se mencione en muchos otros no significa que influye más en la competitividad de un destino, por lo que de los 22 identificados es necesario verificar empíricamente cuáles influyen de manera efectiva en los resultados. Es poco probable que un modelo teórico de competitividad turística será válido para todos los destinos, lo más viable es proponer modelos por categorías; por ejemplo, la comparación entre los de sol y playa, de grandes ciudades, de juegos y los fronterizos. A la luz de lo comentado, se podrían sugerir algunas modificaciones al concepto de competitividad turística de Ritchie y Crouch (2005), de la siguiente manera:

Un destino turístico competitivo es aquel que logra conservar o incrementar su participación de mercado de manera rentable, incrementando el gasto del turista y generando su lealtad, mejorando el bienestar de los residentes y preservando el capital natural y cultural del destino para las generaciones futuras.

Así, se sustituye la satisfacción por la lealtad, se elimina el término “memorable”, difícil de medir, y se agrega el capital cultural, se reemplaza la idea de atraer ilimitadamente cada vez a más turistas para conservar la participación de mercado. La formulación de un

constructo denominado *competitividad turística* debe acompañarse de un modelo teórico sencillo y objetivo, que aporte información útil para los operadores de los destinos.

## Estudio empírico

En este trabajo se buscó determinar la forma en que algunos actores centrales del sistema turístico percibían la competitividad. Para ello se seleccionaron los factores abordados con mayor frecuencia en la literatura académica sobre el tema, y se asumió que entre más sean las menciones puede haber mayor influencia en los indicadores de competitividad; aunque aquí el objetivo no fue determinar el grado de influencia de los factores seleccionados en los niveles de competitividad, sino averiguar si éstos eran percibidos por los turistas nacionales y la población local en los destinos de sol y playa mexicanos, mediante el análisis factorial exploratorio.

### Destinos turísticos comparados

Para realizar este trabajo se eligió el enfoque de caso de estudio, a fin de generalizar una propuesta teórica, sin emplear una muestra que implicara una generalización estadística; Croes (2014) y Yin (1994) sugieren que un enfoque comparativo de caso aporta rigor al proceso de investigación, si se cumplen dos condiciones básicas: que los casos persigan objetivos similares (por ejemplo, una política de fomento al turismo), y que presenten diferencias importantes en otros aspectos, como las dimensiones de su estructura y volumen de operación turística. El estudio empírico se efectuó en Manzanillo, Colima, en la costa del Pacífico, y en Cancún, Quintana Roo, en la del Caribe; para el primero, el turismo resulta una actividad económica complementaria, mientras que el segundo cuenta con la industria turística más competitiva del país; estos destinos se seleccionaron porque sus características dispares facilitan la comparación de resultados. Manzanillo es el primer destino turístico de Colima, al occidente de México; su característica más importante son sus bahías, que han determinado su desarrollo como el principal puerto de carga del país; sus playas cons-

tituyen su mayor atractivo. En el municipio hay agricultura, ganadería, pesca, minería, industria, comercio portuario y turismo. El puerto es el motor económico de Manzanillo, su ubicación lo posiciona como el punto de comercio internacional más importante con la cuenca del Pacífico, que lo conecta con Asia, Oceanía, América del Norte y América Latina (Ayuntamiento de Manzanillo 2012).

Cancún es el destino de sol y playa más importante de México, se localiza en Quintana Roo, al sureste del país y en el noreste de la península de Yucatán. Es típico de tercera generación (Claver-Cortés y Pereira-Moliner 2007), desarrollado por el Banco de México para generar divisas. A partir de la década de 1970 fue motor del desarrollo económico de la península de Yucatán. Cancún supera con mucho a Manzanillo en cuanto a los indicadores turísticos y de población, a pesar de que fue fundado más de cuatro siglos después (véase figura 1). La vocación económica de ambos destinos fue definida por el gobierno federal en los años setenta, en Cancún despuntaba la infraestructura básica y en Manzanillo se iniciaba la construcción del puerto interior de San Pedrito.

### Muestra y perfil de los encuestados

En cada destino se aplicaron 250 cuestionarios a turistas nacionales y 250 a residentes, la muestra total fue de mil. En Manzanillo la encuesta se levantó entre mayo y agosto de 2014, con apoyo de profesores y alumnos de las universidades de Colima y del Caribe. Se empleó un procedimiento de muestreo de conveniencia; los instrumentos usados tienen dos partes: a) el perfil de los encuestados, que reúne información sobre cinco variables sociodemográficas de turistas y residentes y b) los ítems referidos a variables de competitividad, con escalas de Likert de cinco puntos, con factores distintos para cada grupo de actores. En este contexto se define como ítem a “cada una de las partes o unidades de que se compone una prueba, un test, un cuestionario” (Real Academia Española 2015). Al considerar la complejidad y el carácter multidimensional del concepto de competitividad turística, se decidió no preguntarles a los encuestados su percepción, más bien se solicitó la información a través de factores que lo componen, y que resultan más comprensibles para el público en general (véase figura 1).

Figura 1

## Datos sociodemográficos de la muestra (%)

Variables	Población local		Turistas	
	Manzanillo	Cancún	Manzanillo	Cancún
Sexo				
Hombres	50.7	43.1	52.3	51.4
Mujeres	49.3	56.9	47.7	48.6
	100	100	100	100
Edad				
18 – 24	28.6	48.3	21.4	20.4
25 -34	27.4	19.2	27.2	24.1
35 – 44	20.7	17.8	24.1	31.1
45 – 54	14.2	13.5	18.3	16.6
55 - 64	7.3	1.2	6.3	6.2
65 o +	1.8	0	2.7	1.6
	100	100	100	100
Estudios				
Sin estudios	4.3	1.7	0.8	2.1
Básicos	18.8	6.6	3.7	3
Medio	26.7	18.9	18.1	20.6
Técnicos	23.2	30.4	25.6	17.3
Licenciatura	24.4	40.5	46.3	45.1
Posgrado	2.6	1.9	5.5	11.9
	100	100	100	100
Ingreso				
Debajo de la media nacional	38.3	24.3	14.6	21.4
En el rango de la media nacional	54.1	66.1	61.1	52.2
Encima de la media nacional	7.6	9.6	24.3	26.4
	100	100	100	100
Ocupación				
Hogar	10.3	1.8	0.6	2.8
Empleado por cuenta ajena	45.6	41.3	53.5	46.6
Empleado por cuenta propia	13.7	15.2	17.6	27.9
Estudiante	16.4	38.5	18.7	14.6
Jubilado	2.8	1.9	5.2	6.3
Otros	11.2	1.3	4.4	1.8
	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia.

## Análisis de resultados de competitividad turística

Cancún deja atrás a Manzanillo en todos los indicadores de competitividad turística propuestos en la literatura académica, tanto en términos absolutos como en tendencias e indicadores sociodemográficos. Las tendencias decrecientes en los indicadores de Manzanillo no resultan sorprendentes; entre 2006 y 2013, la cantidad de visitantes disminuyó en 32 por ciento y la tasa de ocupación hotelera pasó de 53.77 a 42.64, con 95 de clientela nacional (véase figura 2).

Figura 2

### Comparativo de indicadores de competitividad turística Cancún-Manzanillo

Destino	Turistas	$\Delta$ 2012-13%	Ocupación hotelera %	$\Delta$ 2012-13 %	Estadía promedio (días)
Cancún	4 093 942	12.4	76.8	4.3	5.1
Manzanillo	506 283	-10.586	42.64	-3.49	2.8

Destino	Derrama en millones de dólares	$\Delta$ 2012-13%	Gasto promedio por turista (dólares estadounidenses)	Hoteles	Cuartos	Población en condición de pobreza (2010, %)
Cancún	4 348.78	16.1	1 062	145	30 608	26.3
Manzanillo	274.67	-16	319	114	3 541	31.7

Fuente: Secretaría de Turismo (2014); Gobierno de Quintana Roo (2014); Gobierno de Colima (2013); Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL (2013).

## Análisis factorial exploratorio

La revisión de la literatura aportó una gran cantidad de factores e indicadores de competitividad turística, derivados de los enfoques adoptados por los autores; por ello se decidió emplear el método de análisis factorial exploratorio, como un procedimiento de reducción de datos, que permite encontrar grupos homogéneos de factores, a partir de un conjunto numeroso de variables. Esos grupos se forman

con variables correlacionadas sólidamente entre sí, para buscar que unos sean independientes de otros, para así identificar un mínimo de dimensiones capaces de explicar el máximo de información contenida en los datos, proyectar la estructura interna y simplificarla con menos dimensiones, pero con la misma información (Hair et al. 2006).

Para realizar el análisis factorial exploratorio se procesaron los datos recopilados mediante las encuestas con el paquete informático spss 22, se aplicó el método de componentes principales, con rotación Promax, y se extrajo el coeficiente alfa de Cronbach, como indicador de fiabilidad, y se tomó como umbral mínimo 0.7; como medida de fiabilidad, el alfa de Cronbach asume que los ítems miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados entre sí (De Vellis 2011). Se conservaron los ítems que presentaron una carga mínima de 0.50, los factores con un *eigenvalue* (valor propio) mínimo de 1 y explicación de la varianza con valor mínimo de 60 por ciento.

Figura 3

Reducción de factores percibidos por la población local

Factores iniciales	Factores propuestos en la literatura	Reducción	
		Ítems	
		Inicial	Final
1	Seguridad	3	3
2	Valor	3	3
3	Hospitalidad de la población local	3	3
4	Naturaleza, sostenibilidad y clima	4	3
5	Atractivo	3	2
6	Calidad de vida de la población local	4	3
7	Bienestar social	5	3
8	Política, planeación y gestión	5	1
9	Trasporte	3	1
10	Conservación y mejora del patrimonio cultural	3	0
11	Recursos humanos	3	0
12	Acciones de conservación del medio ambiente	3	0
13	Eficiencia económica	4	0
Total		46	22

Fuente: elaboración propia.

También se incluyó la prueba de esfericidad de Bartlett, con significancia  $p < .05$  y un valor Kayser-Meyer-Olkin de 0.6 o más, para determinar la adecuación de la muestra (Tabachnick y Fidell 2012). En la encuesta a la población residente, 13 de los factores seleccionados por mayor frecuencia de menciones en la literatura académica se redujeron a menos de la mitad; se incluyeron ítems de nueve factores, que se agruparon en seis, y se conservaron 22 de 46 ítems propuestos al principio para la integración de las escalas. En la figura 3 aparecen los que la población local considera determinantes para la competitividad turística.

En lo que se refiere al patrimonio cultural local, los encuestados no consideran que la actividad turística contribuya a su conservación y mejora; para la población no es importante el desarrollo de los recursos humanos como factor de competitividad. Después de la reducción estadística, los ítems conservados sobre atractivos, transporte y política se agruparon en los factores nuevos que surgieron al procesar los datos, y los eliminados después del procesamiento estadístico se ubican en la parte inferior de la figura 3 (del 10 al 13) y de la 4 (del 8 al 12).

Figura 4

Reducción de factores percibidos por los turistas

Factores iniciales	Factores propuestos en la literatura	Ítems	
		Inicial	Final
1	Seguridad	3	3
2	Política, planeación y gestión	4	4
3	Patrimonio cultural	4	4
4	Infraestructura	4	4
5	Trasporte	3	3
6	Tecnologías de la información y la comunicación	3	3
7	Marketing	7	6
8	Naturaleza, sostenibilidad y clima	3	0
9	Atractivo	4	0
10	Recursos humanos	3	0
11	Valor	3	0
12	Calidad de vida de la población local	3	0
Total		44	27

Fuente: elaboración propia.

En la percepción de la competitividad por los turistas hubo una reducción mayor de factores; de 12 se conservaron 5. Si dicha disminución se compara, en las figuras 3 y 4 la percepción de la competitividad turística difiere considerablemente entre la población local y los turistas, pues sólo conceden la misma importancia a la seguridad, tema primordial en México. Se pudiera decir que las percepciones son opuestas: los recursos naturales, la calidad de vida de la población local y el valor percibido, que son importantes para la población local, son poco relevantes para los turistas. Los visitantes nacionales y los residentes coinciden en ignorar la importancia que tiene el desarrollo de los recursos humanos en la competitividad turística.

En las matrices de patrón, presentadas en las figuras 5 y 7 aparecen los factores conservados. El procesamiento de los datos arrojó un alfa de Cronbach general de 0.89 para los siete factores; sólo el relativo a la calidad de vida de la población local resultó ligeramente inferior a 0.70, propuesto como límite mínimo, como se puede observar en la figura 5, así como también que la carga de todos los factores es superior a 0.50. La medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo es de 0.88, muy superior al límite mínimo de 0.60 propuesto, con una significancia de 0.000 en la prueba de esfericidad de Bartlett. La explicación de la varianza se ubica por encima de 60 por ciento y el valor de *eigenvalue* mínimo de los factores seleccionados asciende a 1.029, por lo tanto, los parámetros resultan apropiados (véase figura 6).

El análisis de los factores e ítems conservados sugiere que la población local tiene una percepción optimista sobre los siguientes aspectos: su papel en la competitividad turística, su hospitalidad, el rol de la actividad turística como fuente de bienestar social, su propia calidad de vida y el valor que entregan como contraparte del dinero, el tiempo y el esfuerzo invertido por los turistas para visitar su ciudad. Los dirigentes de la industria turística pudieran aprovechar este optimismo notable de la población local para catalizar el desarrollo del sector. En la percepción de la competitividad turística de los visitantes se conservan sólo cinco factores, reagrupados de manera muy consistente. Su alfa de Cronbach general resulta elevado, con 0.93 y con 0.84 el valor mínimo para la escala de tecnologías de información y comunicación (véase figura 7).

Figura 5

Factores e ítems conservados en la encuesta a la población local

	Ítems	Componente						Alfa de Cronbach
		1	2	3	4	5	6	
HOSP 2	La población es atenta con los visitantes	0.88						0.888
HOSP 1	La población local es hospitalaria	0.86						0.841
HOSP 3	La población brinda importancia al turismo	0.84						
SOS 4	No se percibe contaminación en la región		0.85					0.745
SOS 3	Se perciben los esfuerzos por proteger la biodiversidad y la belleza natural		0.72					
POL 2	La población participa en los planes de desarrollo turístico		0.66					
ATR 2	La población participa en la conservación de los atractivos turísticos del destino		0.61					
SOC 1	El turismo propicia la creación de infraestructura que mejora la calidad de vida de la población			0.82				0.761
SOC 3	Las empresas turísticas del destino cumplen con sus compromisos de responsabilidad social			0.77				
TRA 2	El turismo contribuye a mejorar el transporte urbano en la localidad			0.72				
SOC 2	El turismo es fuente de bienestar social			0.66				
SEG 3	Las condiciones generales de higiene del destino no ponen en riesgo la salud de las personas				0.72			0.703
SEG 1	Se advierte una preparación adecuada en las autoridades locales para atender emergencias				0.69			
ATR 3	El destino cuenta con atractivos importantes para visitantes y residentes				0.67			
SOS 1	El destino se localiza en una región de gran belleza natural				0.64			
SEG 2	Es un lugar seguro				0.55			
VAL 2	Los precios son accesibles					0.87		0.724
VAL 3	Conviene más, económicamente, visitar este destino que otros similares					0.8		
VAL 1	La calidad de la experiencia de visita justifica el tiempo y el dinero empleado en el viaje					0.65		
CALP 3	La población local disfruta de un estilo de vida agradable e interesante						0.86	0.686
CALP 2	El desarrollo turístico hace que la población se sienta más orgullosa de su ciudad						0.67	
CALP 4	La población siente apego por su comunidad						0.54	

Nota: HOSP: hospitalidad; SOS: sostenibilidad; POL: política; ATR: atractivo; SOC: social; TRA: transporte; SEG: seguridad; VAL: valor; CALP: calidad de vida de la población.

Fuente: elaboración propia.

Figura 6

## Indicadores de adecuación del análisis en las encuestas

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		Población	Turistas
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	3 747.901	9 340.61
	Grados de libertad	231	351
	Significancia	0.000	0.000
Eigenvalue mínimo		1.029	1.26
Explicación de la varianza		61.53%	69.17%

Fuente: elaboración propia.

Resalta la consistencia de la escala de *marketing*, con dimensiones de imagen del destino, calidad, satisfacción, intenciones conductuales y apego (Kotler et al. 2013), también denominadas de lealtad del consumidor, que se pueden considerar más como resultados o consecuencias de la competitividad turística del destino que factores determinantes (véase figura 7).

En general, los resultados de percepción de la competitividad turística en las escalas conservadas son moderadamente superiores en Cancún, comparados con los de Manzanillo. La percepción de calidad de vida de la población es más elevada para el destino del Pacífico que para el del Caribe, al igual que la de seguridad por los turistas (véase figuras 8 y 9). El estado de Colima se ha caracterizado por ser seguro,

Figura 7

## Factores e ítems conservados en la encuesta a los turistas

Ítems		Componente					Alfa de Cronbach
		1	2	3	4	5	
SEG 2	La población local me inspira confianza	0.91					0.934
SEG 3	Las condiciones de higiene me hacen sentir seguro en este destino turístico	0.84					
POL 2	Se percibe un gran respeto por leyes y reglamentos	0.82					

SEG 1	Me siento muy seguro en este destino	0.82					
POL 4	Hay paz y estabilidad política	0.78					
POL 1	Se percibe colaboración entre organizaciones y autoridades para trabajar en el turismo	0.70					
POL 3	Se advierte que la actividad turística es muy importante para las autoridades y la comunidad	0.53					
TRA 3	La oferta del transporte público local es suficiente y de buena calidad		0.85				0.900
TRA 1	Existe una oferta diversa de medios de transporte para acceder a este destino		0.81				
INFR 4	Hay centros de atención a visitantes e información turística		0.76				
INFR 3	La infraestructura e instalaciones permiten una estancia cómoda		0.75				
TRA 2	La red de ferrocarriles, carreteras, puertos y aeropuertos facilita el acceso		0.73				
INFR 2	La infraestructura urbana y de servicios públicos es de buena calidad		0.70				
INFR 1	Hay buena señalización pública		0.61				
MRK 7	Recomendaré este destino a familiares y amigos			0.95			0.873
MRK 6	Regresaré a vacacionar a este destino turístico			0.90			
MRK 4	Mis expectativas sobre el destino se cumplieron			0.77			
MRK 3	La imagen de este destino es muy positiva			0.63			
MRK 5	Disfruto vacacionando en este destino, más que en cualquier otro lugar			0.60			
MRK 2	Los servicios turísticos son de buena calidad			0.56			
PAT 3	El arte público, los museos y galerías son muy agradables				0.93		0.910
PAT 4	La cultura y las tradiciones resultan agradables e interesantes				0.92		
PAT 1	El patrimonio cultural es muy valioso				0.89		
PAT 2	La arquitectura, el paisaje urbano y los monumentos locales son muy agradables				0.88		
TIC 2	El uso de tecnologías de información en organizaciones locales es elevado					0.90	0.838
TIC 1	La infraestructura de telecomunicaciones tiene muy buena cobertura y calidad					0.88	
TIC 3	Existen aplicaciones de TIC disponibles para el uso del turista					0.83	

Nota: SEG: seguridad; POL: política; TRA: transporte; INFR: infraestructura; MRK: marketing; PAT: patrimonio; TIC: tecnologías de la información y la comunicación.

Fuente: elaboración propia.

con un estilo de vida apacible, frente al agitado y competitivo de Cancún, cuyo costo de vida es alto, carece de tradiciones y sus redes de bienestar y cooperación social son limitadas, la ciudad está poblada por inmigrantes nacionales y extranjeros. La priorización y organización turística es mayor para Cancún, lo cual adquiere sentido puesto que el turismo no es la actividad primaria en Manzanillo.

En general, las mediciones sobre los factores de competitividad conservados fueron más elevadas para los turistas que para la población local; el promedio en las escalas de esta última fue de 3.31 sobre 5, equivalente a una calificación de 6.6 en una escala de 10, con un diferencial en la percepción de la competitividad en favor de Cancún, de sólo 0.12, equivalente a 4 por ciento. En lo que se refiere a la percepción de los turistas, el promedio fue de 4.1 sobre 5, lo cual puede considerarse positivo, porque se promedian los resultados de un destino de clase mundial con los de uno tradicional, que arrojaron 3.89 para el Pacífico y 4.30 para el Caribe, con diferencial de 10 por ciento a favor del último (véase figuras 8 y 9).

Los resultados del análisis factorial exploratorio demuestran que existen algunos factores de la competitividad de los destinos turísticos que los agentes interesados pueden percibir; también sugieren que el método funciona como procedimiento de reducción y agrupación de datos, pues la cantidad de escalas disminuyó a la mitad en el caso de la población local y a más de la mitad en los turistas, lo cual permite generar un modelo teórico más sencillo, para analizar con mayor profundidad los aspectos más relevantes del objeto de estudio.

El hecho de que algunas dimensiones, incluidas en los instrumentos, se hayan reagrupado en otros factores ilustra la forma en que los encuestados perciben y estructuran a los de la competitividad de los destinos turísticos; así, llama la atención cómo la población agrupa a la sostenibilidad con política y atractivos, lo cual cobra sentido porque el disfrute de la playa es la atracción principal de los destinos analizados (véase figura 8); para los visitantes es contundente cómo se agrupan seguridad y política y, enseguida, infraestructura y transporte (véase figura 9). No se puede afirmar que los factores eliminados son irrelevantes sino, más bien que no son percibidos por la población local ni por los turistas.

Figura 8

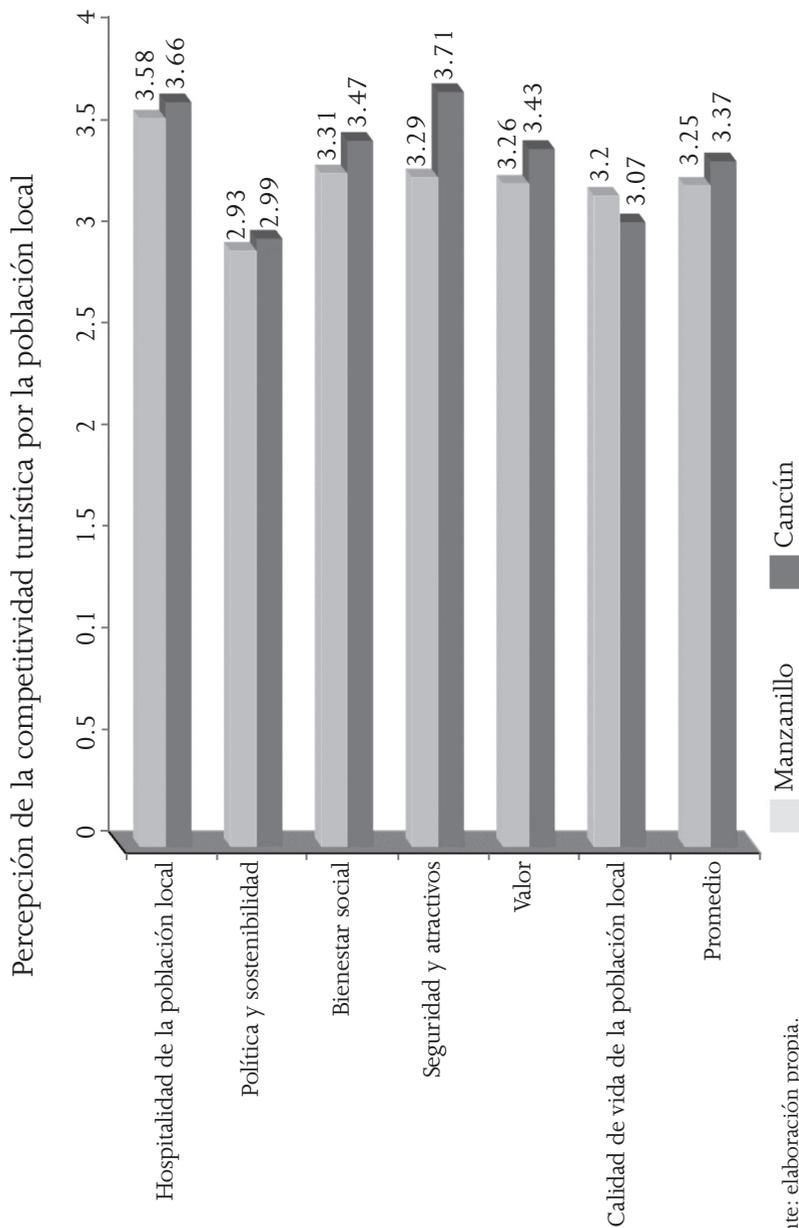
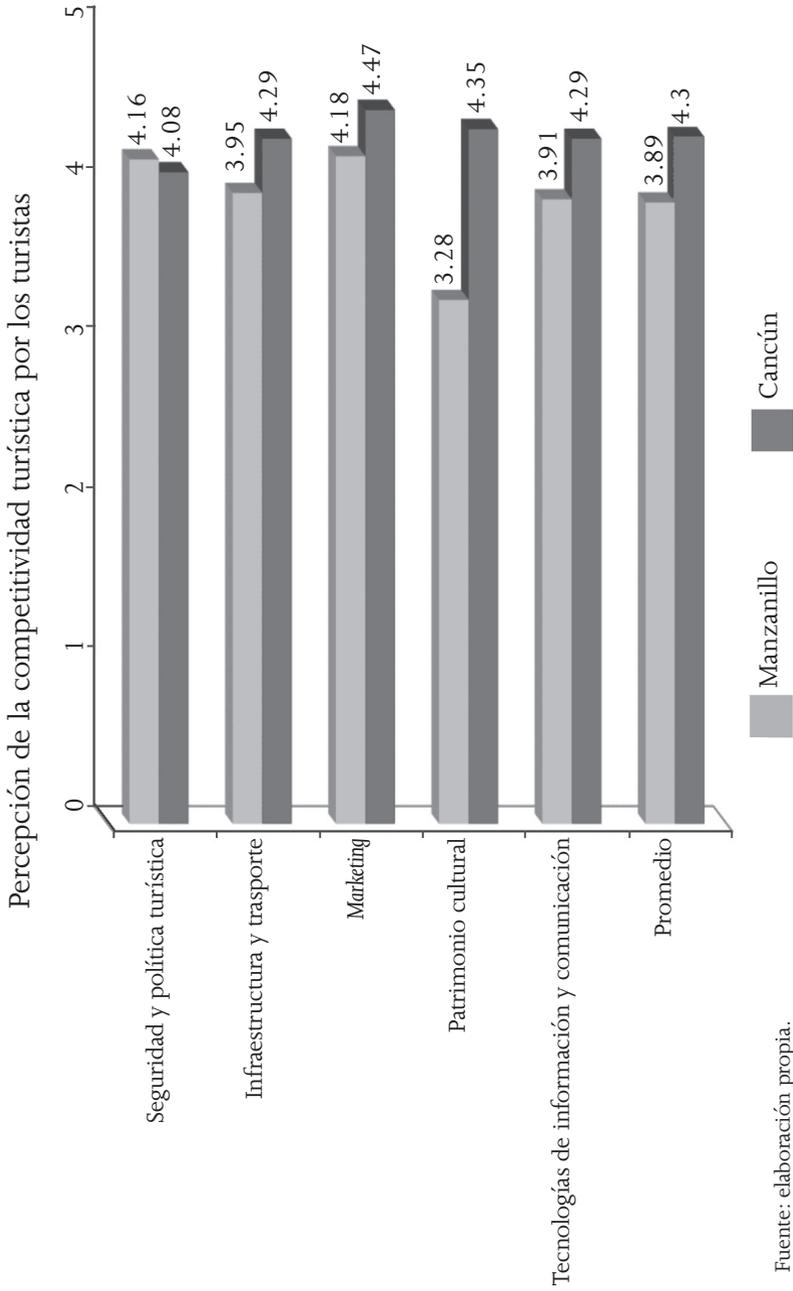


Figura 9



## Discusión y conclusiones

Los datos oficiales presentados en la figura 2, comparados con los indicadores de competitividad del destino, demuestran inequívocamente que Cancún es más competitivo que Manzanillo. En cuanto a la contribución de la actividad turística en la generación de bienestar social, se tomaron los indicadores oficiales del CONEVAL (2013) sobre población en condición de pobreza, y se encontró que en el destino más competitivo la proporción de dicha población es menor que en el menos competitivo; en este contexto, la escala sobre bienestar social funcionó de forma apropiada entre la población.

En las dos encuestas se incluyeron ítems sobre la calidad de vida de los habitantes locales, pero la escala no funcionó en la de los turistas y de manera limitada en la de los residentes. Gooroochurn y Sugiyarto (2005), Huang y Peng (2012), Enright y Newton (2005; 2004), Go y Govers (2010), Dwyer y Kim (2003), Mazanec et al. (2007) y Rodrigues y Carrasqueira (2011) han comentado que los turistas se sienten mejor en destinos donde perciben que los habitantes disfrutan de una calidad de vida elevada. A su vez, también la población anfitriona considera que la actividad turística contribuye a mejorar su calidad de vida, tanto por los incrementos en sus ingresos y bienestar como por la posibilidad de disfrutar de la infraestructura y los servicios desarrollados para la atracción y el disfrute de los visitantes. De acuerdo con los resultados en alfa de Cronbach y carga factorial obtenidos mediante el procesamiento de los datos, las respuestas de los turistas en la escala sobre calidad de vida de la población no mostraron la consistencia y fiabilidad necesaria para conservarla en los resultados generales; en el otro extremo, la población local sí manifiesta percibir que el turismo ha contribuido a mejorar su calidad de vida; si bien las cargas factoriales de la escala resultan suficientes, el alfa de Cronbach queda 0.014 puntos por debajo del umbral mínimo de 0.7, propuesto por De Vellis (2011) (véase figura 5).

En el campo de la conservación de los recursos naturales, la escala funcionó apropiadamente en la encuesta a la población, fue el tema más crítico en la competitividad de los dos destinos; sin embargo, llama la atención que este factor no resulte relevante para los turistas, por tanto los resultados presentados en el anexo y en las figuras

7 y 9 se cumplieron en forma parcial. No fue posible comprobar los planteamientos sobre eficiencia económica como indicador de competitividad en la encuesta a la población (véase anexo y figuras 3 y 5), aunque la tasa de ocupación y la duración de la estancia en el destino son indicadores de eficiencia, como proponen algunos autores. En cuanto al *marketing*, las escalas propuestas para la medición de la lealtad, las intenciones conductuales positivas y el apego al destino turístico funcionaron de manera adecuada.

Los factores de competitividad enumerados en el anexo se utilizaron como punto de partida para el diseño de las encuestas. Los más mencionados por los autores consultados fueron naturaleza, sostenibilidad y clima, que los turistas mexicanos no consideraron relevantes, pero la población local sí, y los identificó como elementos críticos en ambos destinos (véase anexo y figuras 3, 4, 5 y 7). El *marketing*, segundo tema más mencionado, tuvo una verificación sólida en la encuesta a turistas (véase anexo y figuras 4 y 7). La influencia de los precios, el costo y el valor de los servicios turísticos en la competitividad del destino ocupó el tercer lugar en las menciones en la literatura académica, y su confirmación fue contundente en la encuesta a la población local (véase anexo y figuras 3, 5, 8 y 9), aunque sorprende que este tema no sea relevante para los turistas, lo cual ayuda a explicar el hecho de que los destinos competitivos en el turismo mundial no sean baratos. Se propusieron escalas sobre patrimonio cultural en las dos encuestas, y los turistas lo consideraron muy significativo, pero no existe el mismo consenso entre la población, pues se eliminó (véase anexo y figuras 3 y 4). Los resultados sobre el patrimonio cultural de la encuesta a turistas brindan una ventaja competitiva a Cancún sobre Manzanillo.

A pesar de que hay autores que consideran a los atractivos como parte central en los sistemas turísticos, éstos desaparecen en ambas encuestas (véase anexo y figuras 3 y 4). En este trabajo tiene sentido que la valoración de las playas se asocie con la evaluación de la naturaleza. En ambas encuestas, todos los ítems sobre seguridad permanecen, aunque asociados con otros indicadores; en la de la población hay uno sobre atractivos y sostenibilidad, mientras que en la de los turistas se asocian con los de la política turística (véase anexo y figuras 3, 4, 5 y 7). Para Wu et al. (2012), la política turística influye mucho

para lograr la competitividad; sus planteamientos se confirman en la encuesta a los turistas, pues conserva todos sus ítems.

Pese a que en la actualidad existe un consenso respecto a que los recursos humanos tienen una relevancia central en el desarrollo de países y organizaciones públicas y privadas, es extraño que en los resultados ninguno de los ítems sobre dicho factor se conservara (véase anexo y figuras 3, 4, 5 y 7). En ambas encuestas se presentan escalas sobre la calidad de vida de la población local, pero este elemento apenas se conserva en la de los residentes, con resultados superiores en Manzanillo frente a Cancún (véase anexo y figuras 3, 4, 5 y 7).

En la encuesta a la población se incluyó una escala sobre transporte, pero la mayoría de sus ítems se eliminaron, sólo se conservó el de bienestar social, mientras que en la de los turistas permanecieron todos (véase anexo y figuras 3, 4, 5 y 7), aunque agrupados con infraestructura turística, que también se mantuvieron, con resultados desventajosos para Manzanillo frente a Cancún. Algunos autores consideran determinante la adopción y cobertura de tecnologías de información y comunicación en la competitividad de los destinos turísticos; toda la escala incluida en la encuesta a visitantes se conservó, confirma su importancia; la ventaja competitiva de este factor fue para Cancún sobre Manzanillo (véase anexo y figuras 7 y 9). En la encuesta a los residentes se incluyó una escala sobre la hospitalidad de la población local, y se conservaron todos los ítems (véase anexo y figuras 3, 7 y 9), resaltó el hecho de que los encuestados de ambos destinos se perciben como muy hospitalarios.

Si bien es cierto que la competitividad turística atrae los esfuerzos de numerosos investigadores del tema, no existe un consenso sobre su conceptualización, los modelos teóricos y los métodos de investigación, ya que cada uno los define, aunque en muchos trabajos se citan autores clásicos como Porter (1998; 1993), Ritchie y Crouch (2005; 1993); Crouch y Ritchie (1999) y al ICVT-FEM. Entre los 48 trabajos seleccionados para el estudio se realizó una clasificación para organizar los contenidos, los métodos y las técnicas empleadas, a partir de lo cual se logró derivar un concepto propio y diseñar un par de instrumentos para obtener información de primera mano sobre la percepción de dos de los grupos principales de agentes de riesgo que integran los sistemas turísticos. El trabajo se orientó a determinar

si los turistas y la población local pueden percibir los factores de la competitividad de los destinos turísticos. Se dividió a las variables en *independientes* (factores) y *dependientes* (indicadores), y se detectaron 12 indicadores y 22 factores, aunque en algunos casos la clasificación de las variables no resultó contundente.

La selección de dos destinos de sol y playa con diferencias en competitividad facilitó el estudio. Los resultados sugieren que el método de análisis factorial exploratorio permite identificar los factores de competitividad que los agentes de riesgo pueden percibir, así como también algunas variables que componen los modelos teóricos de la competitividad turística, expuestos en la literatura académica, lo cual no significa que sólo las variables percibidas por ellos influyen en la competitividad del destino. Una de las conclusiones principales es que la percepción de la competitividad de los destinos turísticos difiere en función del tipo de agente de riesgo, y que, en general, los turistas perciben dichos factores con mayor claridad que la población local. Una contribución de este trabajo es que profundiza en la comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos, y trasciende el empleo de índices nacionales abstractos o estudios descriptivos.

Los datos obtenidos sobre los niveles de competitividad incluidos en el estudio podrían emplearse para que los encargados de la gestión del destino y los dirigentes públicos y privados del sector turismo en las ciudades analizadas tomen acciones tendientes a mejorar los factores que registran resultados bajos. Por ejemplo, en la encuesta a la población, el factor *sostenibilidad y política* tuvieron los resultados más bajos, y esto evidencia que la población no participa en la toma de decisiones y, por otra parte, que en los destinos analizados se sacrifica la protección del medio ambiente en aras del crecimiento económico. El resultado más bajo de Cancún en la encuesta a turistas es la confianza inspirada por la población local ¿Cuáles son las conductas o actitudes que generan desconfianza en los visitantes? ¿Por qué ocurre esto? En Manzanillo destacan los resultados pobres en transporte público y patrimonio cultural.

Aunque aquí se analizaron dos destinos de sol y playa con propósitos exploratorios, el enfoque de caso de estudio permite generalizar proposiciones teóricas; los resultados y experiencias se pueden em-

plear como punto de partida para profundizar en los temas revisados. En investigaciones posteriores se podrían estudiar las percepciones de otro tipo de agentes de riesgo, como personal de contacto con el turista y los intermediarios de mercado; también encuestar a visitantes de diversas nacionalidades sobre destinos culturales, urbanos y de negocios. La limitación fue que se empleó un muestreo de conveniencia; pero en investigaciones futuras se podría utilizar uno probabilístico, desarrollar un análisis factorial confirmatorio e investigar relaciones de causalidad entre las variables de un modelo teórico de competitividad de destinos turísticos.

Desde el punto de vista de las implicaciones gerenciales, los resultados son útiles para funcionarios de gestión y los empresarios del ramo turístico. El conocimiento de los factores que influyen en la competitividad de la industria del turismo local apoya el diseño de políticas y planes, y también las percepciones de grupos de interés importantes, como su clientela y la población anfitriona, y posibilita la comparación con otro destino. Aquí destaca la actitud positiva de la población local frente al turismo, disposición que se puede aprovechar para impulsar la competitividad del destino.

Recibido en febrero de 2015

Aceptado en agosto de 2015

## Bibliografía

- Andrades-Caldito, Lidia, Marcelino Sánchez-Rivero y Juan Pulido-Fernández. 2013. Differentiating competitiveness through tourism image assessment: an application to Andalusia (Spain). *Journal of Travel Research* 52 (1): 68-81.
- Ayuntamiento de Manzanillo. 2012. Cédula para la promoción municipal. [http://www.sefome.gob.mx/docs/2012/cedula\\_pdf/Manzanillo.pdf](http://www.sefome.gob.mx/docs/2012/cedula_pdf/Manzanillo.pdf) (28 de noviembre de 2014).
- Barros, Carlos, Laurent Botti, Nicolas Peypoch, Elizabeth Robinot y Bernardino Solonandrasana. 2011. Performance of French desti-

- nations: tourism attraction perspectives. *Tourism Management* 32 (1): 141-146.
- Bernini, Cristina. 2009. Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy. *Tourism Management* 30 (6): 878-889.
- Blanke, Jenniffer y Thea Chiesa. 2013. The travel & tourism competitiveness report. 2013. Ponencia presentada en el Foro Económico Mundial, Davos.
- Bornhorst, Tom, Jonathan Brent Ritchie y Lorn Sheehan. 2010. Determinants of tourism success for DMOS & destinations: an empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management* 31: 572-589.
- Botti, Laurent y Nicolas Peypoch. 2013. Multi-criteria ELECTRE method and destination competitiveness. *Tourism Management Perspectives* 6: 108-113.
- Bowen, John y Siang-Li Chen. 2001. The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 13 (5): 213-217.
- Buhalis, Dimitrios. 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management* 21: 97-116.
- Caber, Melter, Tahir Albayrak y Kurt Matzler. 2012. Classification of the destination attributes in the content of competitiveness (by revised importance-performance analysis). *Journal of Vacation Marketing* 18 (1): 43-56.
- Carmichael, Barbara. 2002. Global competitiveness and special events in cultural tourism: the example of the Barnes Exhibit at the Art Gallery of Ontario, Toronto. *The Canadian Geographer* 46 (4): 310-25.
- Caruana, Albert, Arthur Money Pierre Bretón. 2000. Service quality and satisfaction-the moderating role of value. *European Journal of Marketing* 34 (11-12): 1338-1352.

- Chen, Ching-Fu y Sambath Phou. 2013. A closer look at destination: image, personality, relationship and loyalty. *Tourism Management* 36: 269-278.
- Cho, D. S. y H. C. Moon. 2013. *From Adam Smith to Michael Porter: evolution of competitiveness theory*. Singapur: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Claver-Cortés, Enrique y Jorge Pereira-Moliner. 2007. Competitiveness in mass tourism. *Annals of Tourism Research* 34 (3): 727-745.
- CONEVAL. 2013. Informe de pobreza en México, 2012, México: CONEVAL. [http://www.coneval.gob.mx/Informes/Pobreza/Informe%20de%20Pobreza%20en%20Mexico%202012/Informe%20de%20pobreza%20en%20M%C3%A9xico%202012\\_131025.pdf](http://www.coneval.gob.mx/Informes/Pobreza/Informe%20de%20Pobreza%20en%20Mexico%202012/Informe%20de%20pobreza%20en%20M%C3%A9xico%202012_131025.pdf) (30 de noviembre de 2014).
- Cracolici, Maria y Pete Nijkamp. 2008. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: a study of southern Italian regions. *Tourism Management* 30 (3): 336-344.
- Cracolici, Maria, Peter Nijkamp y Piet Rietveld. 2008. Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. *Tourism Economics* 14: 325-342.
- Croes, Robertico. 2014. The role of tourism in poverty reduction: an empirical assessment. *Tourism Economics* 20 (2): 207-226.
- Croes, Robertico. 2010. Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. *Journal of Travel Research* 50 (4): 431-442.
- Croes, Robertico y Manuel Rivera. 2010. Testing the empirical link between tourism and competitiveness: evidence from Puerto Rico. *Tourism Economics* 16 (1): 217-234.
- Crouch, Geoffrey. 2010. Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research* 50: 27-45.

- Crouch, Geoffrey y J. B. Ritchie. 1999. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research* 44: 137-152.
- De Vellis, Robert. 2011. *Scale development: theory and applications*. Thousand Oaks: Sage.
- Dimanche, Frédéric. 2005. Conceptual framework for city tourism competitiveness. Ponencia presentada en el Foro de la Organización Mundial del Turismo “New paradigms for city tourism management”, Estambul.
- Dupeyras, Alain y Neil MacCallum. 2013. Indicators for measuring competitiveness in tourism: a guidance document. OCDE Tourism papers, 2013/02, OCDE Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en> (29 de noviembre de 2013).
- Durand, M., C. Giorno. 1987. Indicators of international competitiveness: conceptual aspects and evaluation. OCDE economic studies, 9: 147-82. <http://search.oecd.org/eco/outlook/33841783.pdf> (18 de noviembre de 2014).
- Dwyer, Larry, Ljubica Cvelbar, Deborah Edwards y Tanja Mihalic. 2012. Fashioning a destination tourism future: the case of Slovenia. *Tourism Management* 33: 305-316.
- Dwyer, Larry y Kim Chulwon. 2003. Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism* 6 (5): 369-414.
- Dwyer, Larry, Peter Forsyth y D. S. Prasada Rao. 2000. The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management* 21: 9-22.
- Enright, Michael y James Newton. 2005. Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research* 43: 339-350.

- Enright, Michael y James Newton. 2004. Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management* 25 (6): 777-788.
- Esser, Klaus, Wolfgang Hillebrand, Drik Messner y Jorg Meyer-Stamer. 1994. Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas. Instituto Alemán de Desarrollo. <http://decon.edu.uy/ec2soc/Competitividad%20sistemica.doc> (2 de agosto de 2013).
- Faulkner, Bill, Martin Oppermann y Elizabeth Fredline. 1999. Destination competitiveness: an exploratory examination of South Australia's core attractions. *Journal of Vacation Marketing* 5 (2): 125-139.
- Go, Frank y Robert Govers. 2000. Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management* 21 (1): 79-88.
- Gobierno del Estado de Colima. 2013. Cuarto informe de gobierno, anexo estadístico. [http://www.planeacion.gob.mx/arch/4toInforme/anexoII/promocion\\_economica.pdf](http://www.planeacion.gob.mx/arch/4toInforme/anexoII/promocion_economica.pdf) (7 de febrero de 2014).
- Gobierno del Estado de Quintana Roo. 2014. Indicadores turísticos 2013, Secretaría de Desarrollo Turístico. <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/Indicadores%20Turisticos%202013.pdf> (30 de noviembre de 2014).
- Gomezelj, Doris y Tanja Mihalic. 2008. Destination competitiveness - applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management* 29: 294-307.
- Gooroochurn, Nishaal y Guntur Sugiyarto. 2005. Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics* 11 (1): 25-43.
- Guia, Jaume, Lluís Prats y Jordi Comas. 2006. The destination as a local system of innovation: the role of relational networks. En *Tour-*

- ism local systems and networking, editado por Luciana Lazzeretti y Clara Petrillo, 57-66. Países Bajos: Elsevier.
- Hair, Joseph, Ronald Tatham, Ralph Anderson y William Black. 2006. *Multivariate data analysis*. Nueva Jersey: Pearson-Prentice Hall.
- Hassan, Salah. 2000. Determinants of market competitiveness in an environmental sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research* 38: 239-245.
- Huang, Jen-Sung y Kua-Hsin Peng. 2012. Fuzzy rasch model in TOPSIS: a new approach for generating fuzzy numbers to assess the competitiveness of the tourism industries in Asian countries. *Tourism Management* 33: 456-465.
- Huybers, Twan y Jeff Bennett. 2003. Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations. *Environmental and Resource Economics* 24: 213-233.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2013. Anuario estadístico y geográfico por entidad federativa. [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/aepef/2013/AEGPEF\\_2013.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/aepef/2013/AEGPEF_2013.pdf) (3 de diciembre de 2014).
- Ivanov, Stanislav y Craig Webster. 2013. Globalisation as a driver of destination competitiveness. *Annals of Tourism Research* 43: 628-633.
- Ivars, Josep, Isabel Rodríguez y José Vera. 2013. The evolution of mass tourism destinations: new approaches beyond deterministic models in Benidorm (Spain). *Tourism Management* 34: 184-195.
- Kotler, Philip, John Bowen y Kames Makens. 2013. *Marketing for hospitality and tourism*. Reno: Prentice Hall.
- Li, Hongyi y Liang Huang. 2010. The competitiveness of Hong Kong's travel industry: a dynamic shift-share analysis. *Tourism Economics* 16 (3): 665-684.

- Lomax, Richard y Randall Schumacker. 2012. *A beginner's guide to structural equation modeling*. Nueva York: Routledge Academic.
- Mangion, Marie-Louise, Chris Cooper, Isabel Cortés-Jimenez y Ramesh Durbarry. 2012. Measuring the effect of subsidization on tourism demand and destination competitiveness through the AIDS model: an evidence-based approach to tourism policymaking. *Tourism Economics* 18 (6): 1251-1272.
- Mazanec, Josef y Amata Ring. 2011. Tourism destination competitiveness: second thoughts on the World Economic Forum reports. *Tourism Economics* 17 (4): 725-751.
- Mazanec, Josef, Karl Wöber y Andreas Zins. 2007. Tourism destination competitiveness: from definition to explanation? *Journal of Travel Research* 46: 86-95.
- Medina-Muñoz, Diego, Rita Medina-Muñoz y Adriana Chim-Miki. 2013. Tourism competitiveness assessment: the current status of research in Spain and China. *Tourism Economics* 19 (2): 297-318.
- Molina-Azorin, José, Jorge Pereira-Moliner y Enrique Claver-Cortés. 2010. The importance of the firm and destination effects to explain firm performance. *Tourism Management* 31: 22-28.
- Newall, Edward. 1992. The challenge of competitiveness. *Business Quarterly* 56 (4): 94-100.
- Novelli, Marina, Brite Schmitz y Trisha Spencer. 2006. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management* 27 (6): 1141-1152.
- Organización Mundial del Turismo. 2014. Panorama mundial del turismo, edición 2014. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition> (1 de septiembre de 2014).

- Organización Mundial del Turismo. 2010. *Manual sobre turismo y reducción de la pobreza: medidas prácticas para destinos*. Turismo Sustentable Eliminando la Pobreza: España.
- Pike, Steven. 2012. Destination positioning opportunities using personal values: elicited through the repertory test with laddering analysis. *Tourism Management* 33 (1): 100-107.
- Pike, Steven y Russell Mason. 2010. Destination competitiveness through the lens of brand positioning: the case of Australia's sunshine coast. *Current Issues in Tourism* 4 (2): 169-182.
- Porter, Michael. 1998. *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Nueva York: Free Press.
- Porter, Michael. 1993. *The competitive advantage of nations*. Cambridge: Harvard Business School Management Programs.
- Ritchie, J. R. y Geoffrey Crouch. 2005. *The competitive destination. A sustainable tourism perspective*. Cambridge: CABI Publishing.
- Ritchie, J. R. y Geoffrey Crouch. 1993. *Competitiveness in international tourism: a framework for understanding and analysis*. World Tourism Education and Research Centre, University of Calgary. [http://scholar.google.com/scholar?as\\_q=&as\\_epq=Competitiveness%20in%20international%20tourism%3A%20A%20framework%20for%20understanding%20and%20analysis&as\\_occt=title&as\\_sauthors=+&as\\_ylo=&as\\_yhi=&as\\_sdt=1.&as\\_sdt=on&as\\_sdtf=&as\\_sdt=22&](http://scholar.google.com/scholar?as_q=&as_epq=Competitiveness%20in%20international%20tourism%3A%20A%20framework%20for%20understanding%20and%20analysis&as_occt=title&as_sauthors=+&as_ylo=&as_yhi=&as_sdt=1.&as_sdt=on&as_sdtf=&as_sdt=22&) (1 de abril de 2013).
- Real Academia Española. Diccionario usual. 2015. Ítem. <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=%EDtem> (2 de septiembre de 2015).
- Rodrigues, Lidia y Helder Carrasqueira. 2011. Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios. El caso de Algarbe versus el sur de España. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20 (4): 855-875.

- Sánchez, Marcelino y Miguel Fajardo. 2004. La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños. Ponencia presentada en las I Jornadas en economía del turismo, Palma de Mallorca.
- Secretaría de Turismo. 2014. Compendio estadístico del sector turismo de 2013. DATATUR. <http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx/> (2 de noviembre de 2014).
- Tabachnick, Barbara y Linda Fidell. 2012. *Using multivariate statistics*. Nueva Jersey: Pearson.
- Vu, Jo y Lindsay Turner. 2011. Shift–share analysis to measure arrivals competitiveness: the case of Vietnam, 1995-2007. *Tourism Economics* 17 (4): 803-812.
- Webster, Craig e Ivanov Stanislav. 2014. Transforming competitiveness into economic benefits: does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management* 40: 137-140.
- Wu, Wei-Wen, Lawrence Lan y Yu-Ting Lee. 2012. Critiquing the World Economic Forum's concept of destination competitiveness: a further analysis. *Tourism Management Perspectives* 4: 198-206.
- Yin, Robert. 1994. *Case study research: design and methods*. Newbury Park: SAGE Publications.
- Zhang, Jie y Camilla Jensen. 2007. Comparative advantage. Explaining tourism flows. *Annals of Tourism Research* 34 (1): 223-243.
- Zhang, Hong, Chao-Lin Gu, Lu-Wen Gu y Yan Zhang. 2011. The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy - a case in the Yangtze river delta of China. *Tourism Management* 32: 443-451.

## Anexo

## Factores determinantes de la competitividad de los destinos turísticos

Factores	Trabajos que los mencionan
Naturaleza, sostenibilidad ambiental y clima	Crouch (2010); Wu et al. (2012); Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Go y Govers (2010); Caber et al. (2012); Huang y Peng (2012); Gomezelj y Mihalic (2008); Zhang et al. (2011); Cracolici y Nijkamp (2008); Andrades-Caldito et al. (2013); Enright y Newton (2005; 2004); Dwyer y Kim (2003); Mazanec et al. (2007); Blake y Chiesa (2013); Claver y Pereira-Moliner (2007); Barros et al. (2011); Rodrigues y Carrasqueira (2011); Huybers y Bennett (2003); Hassan (2000); Dwyer et al. (2012)
Marketing	Crouch (2010); Go y Govers (2010); Caber et al. (2012); Huang y Peng (2012); Gomezelj y Mihalic (2008); Dupeyras y MacCallum, 2013; Dwyer y Kim (2003); Pike y Mason (2010); Pike (2012); Chen y Phou (2013); Claver y Pereira-Moliner (2007); Barros et al. (2011); Huybers y Bennett (2003); Hassan (2000); Dwyer et al. (2012); Bornhorst et al. (2010); Carmichael (2002)
Precio/costo/valor	Crouch (2010); Wu et al. (2012); Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Caber et al. (2012); Huang y Peng (2012); Gomezelj y Mihalic (2008); Andrades-Caldito et al. (2013); Dupeyras y MacCallum (2013); Mazanec et al. (2007); Blake y Chiesa (2013); Mangion et al. (2012); Dwyer et al. (2000); Claver et al. (2007); Rodrigues y Carrasqueira (2011); Huybers y Bennett (2003)
Patrimonio cultural	Crouch (2010); Wu et al. (2012); Caber et al. (2012); Huang y Peng (2012); Andrades-Caldito et al. (2013); Enright y Newton (2005; 2004); Dupeyras y MacCallum (2013); Dwyer y Kim (2003); Mazanec et al. (2007); Blake y Chiesa (2013); Barros et al. (2011); Cracolici et al. (2008); Rodrigues y Carrasqueira (2011); Carmichael (2002)
Atractivos	Crouch (2010); Barros et al. (2011); Huang y Peng (2012); Caber et al. (2012); Gomezelj y Mihalic (2008); Zhang et al. (2011); Enright y Newton (2005; 2004); Cracolici y Nijkamp (2008); Andrades-Caldito et al. (2012); Dwyer y Kim (2003); Faulkner et al. (1999); Blake y Chiesa (2013); Barros et al. (2011); Bornhorst et al. (2010)
Seguridad	Crouch (2010); Wu et al. (2012); Caber et al. (2012); Huang y Peng (2012); Gomezelj y Mihalic (2008); Cracolici y Nijkamp (2008); Enright y Newton (2005; 2004); Gomezelj y Mihalic (2008); Andrades-Caldito et al. (2012); Blake y Chiesa (2013); Rodrigues y Carrasqueira (2011); Hassan (2000)

Política	Crouch (2010); Wu et al. (2012); Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Go y Govers (2010); Gomezelj y Mihalic (2008); Enright y Newton (2005; 2004); Huang y Peng (2012); Zhang et al. (2011); Dupeyras y MacCallum (2013); Blake y Chiesa (2013); Hassan (2000)
Recursos humanos	Wu et al. (2012); Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Go y Govers (2010); Gomezelj y Mihalic (2008); Enright y Newton (2005; 2004); Dupeyras y MacCallum (2013); Mazanec et al. (2007); Blake y Chiesa (2013); Claver et al. (2007); Cracolici et al. (2008); Dwyer et al. (2012)
Calidad de vida de la población local	Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Huang y Peng (2012); Enright y Newton (2005; 2004); Go y Govers (2010); Dwyer y Kim (2003); Mazanec et al. (2007); Webster e Ivanov (2014); Ivanov y Webster (2013); Rodrigues y Carrasqueira (2011)
Oferta de hospedaje	Caber et al. (2012); Huang y Peng (2012); Zhang et al. (2011); Enright y Newton (2005; 2004); Andrades-Caldito et al. (2012); Claver et al. (2007); Barros et al. (2011); Cracolici et al. (2008)
Infraestructura	Crouch (2010); Wu et al. (2012); Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Caber et al. (2012); Enright y Newton (2005; 2004); Blake y Chiesa (2013); Rodrigues y Carrasqueira (2011)
Adopción de tecnologías de información y comunicación	Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Wu et al. (2012); Enright y Newton (2005; 2004); Mazanec et al. (2007); Blake y Chiesa (2013); Claver y Pereira-Moliner (2007); Rodrigues y Carrasqueira (2011)
Infraestructura de transporte	Wu et al. (2012); Caber et al. (2012); Huang y Peng (2012); Enright y Newton (2005; 2004); Andrades-Caldito et al. (2013); Blake y Chiesa (2013)
Gestión del destino	Go y Govers (2010); Enright y Newton (2005; 2005); Dwyer y Kim (2003); Hassan (2000); Dwyer et al. (2012); Bornhorst et al. (2010)
Hospitalidad de la población local	Wu et al. (2012); Caber et al. (2012); Cracolici y Nijkamp (2008); Andrades-Caldito et al. (2013); Blake y Chiesa (2013); Hassan (2000)
Cocina local/ gastronomía	Caber et al. (2012); Cracolici y Nijkamp (2008); Enright y Newton (2005; 2004); Andrades-Caldito et al. (2013)
Accesibilidad	Crouch (2010); Caber et al. (2012); Andrades-Caldito et al. (2013); Enright y Newton (2005; 2004)
Entretenimiento	Crouch (2010); Caber et al. (2012); Andrades-Caldito et al. (2013); Enright y Newton (2005; 2004)
Eventos	Crouch (2010); Cracolici y Nijkamp (2008); Enright y Newton (2005; 2004); Carmichael (2002)
Ubicación	Crouch (2010); Gomezelj y Mihalic (2008); Enright y Newton (2005; 2004)
Información turística	Cracolici y Nijkamp (2008); Andrades-Caldito et al. (2013); Enright y Newton (2005; 2004)
Apertura	Dupeyras y MacCallum (2013); Gooroochurn y Sugiyarto (2005); Ivanov y Webster (2013)

Fuente: elaboración propia.

