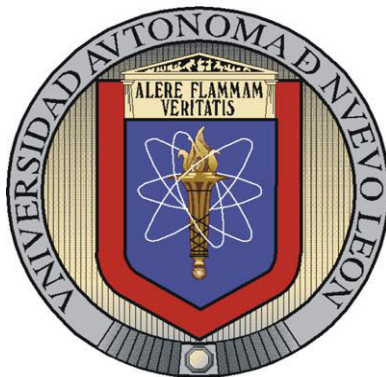


# **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

**FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**“FACTORES DE IMPACTO EN EL FORTALECIMIENTO DE LA  
COMPETITIVIDAD SISTÉMICA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR  
TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUAYMAS, SONORA”**

**PRESENTA**

**OSCAR ERNESTO HERNÁNDEZ PONCE**

**COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE  
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACIÓN**

**AGOSTO, 2018**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que enseguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Oscar Ernesto Hernández Ponce

Firma: \_\_\_\_\_

Fecha: Agosto, 2018.

**APROBACIÓN DE LA TESIS POR EL COMITÉ DOCTORAL**

**“FACTORES DE IMPACTO EN EL FORTALECIMIENTO DE LA  
COMPETITIVIDAD SISTÉMICA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR  
TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE GUAYMAS, SONORA”**

---

**Dr. Luis Alberto Villarreal Villarreal**  
**Presidente**

---

**Dra. Karla Annett Cynthia Sáenz López**  
**Alejandro**  
**Secretario**

---

**Dr. Klender Aimer Cortez**  
**Vocal 1**

---

**Dra. María Margarita Carrera Sánchez**  
**Vocal 2**

---

**Dr. Abel Partida Puente**  
**Vocal 3**

**MONTERREY, N.L. MÉXICO.**

**AGOSTO, 2018.**

## AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios y a la vida que me han dado la oportunidad de culminar un grado más en lo profesional y laboral. Por la gran salud que he tenido y que me ha permitido luchar por mi sueño y meta de terminar mi Doctorado satisfactoriamente.

Agradezco al Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), mi segunda casa, por brindarme todos los recursos necesarios para poder cumplir satisfactoriamente el Doctorado. En especial, brindo un agradecimiento a la Dra. Imelda Vázquez quien me invitó a sumarme en el proyecto doctoral.

Gracias a la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), por ofertar el programa de Doctorado en Filosofía con especialidad en Administración; ya que fue una excelente opción para mi formación como investigador.

A mi asesor el Dr. Luis Alberto Villarreal Villarreal, quien siempre estuvo en el momento adecuado para brindarme su asesoría y apoyo en mi vida como estudiante del doctorado. Le doy gracias por brindarme su apoyo incondicional.

A mi comité doctoral conformado por la Dra. Karla Sáenz, Dr. Klender Cortez, Dra. María Margarita Carrera y el Dr. Abel Partida, quién aportaron cada uno a mi formación como investigador.

A cada uno de mis profesoras y profesores que me impartieron clases, y que le dieron un gran aporte a mi formación profesional. De verdad, me llevo de cada uno, algo muy especial.

A mis compañeros del Doctorado: Beatriz, Yesenia, Yara, Erika, Zulema, Rodolfo, Ricardo, Roberto y mi gran amigo y compañero Javier; les doy gracias por compartir éste camino juntos, llenos de buenas experiencias las cuales serán entrañables.

A mi familia que siempre estuvieron pendientes. De verdad, les agradezco su apoyo.

Finalmente, agradezco de corazón a mis dos **grandes amores y tesoros**: Mi esposa Aida y mi hijo Mateo, quienes fueron parte medular de este proceso en mi vida, quienes sufrieron cada desvelo, cada cansancio, cada momento de estrés, pero también disfrutaron conmigo cada alegría y cada momento especial que viví. Sin ellos, no hubiera sido tan llevadero este camino lleno de incertidumbres, pero también lleno de satisfacciones.

Gracias a todos.

## **ABREVIATURAS Y TERMINOS TÉCNICOS**

CET: Competencia de las empresas turísticas  
CDT: Competencia del destino turístico  
CST: Competitividad Sistémica Turística CST  
ICDT: Índice de Competitividad de la Demanda  
ICIT: Índice de Competitividad de la Industria Turística  
INEGI: Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía  
ITSON: Instituto Tecnológico de Sonora  
OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos  
OMT: Organización Mundial del Turismo  
PPT: Políticas públicas turísticas  
SECTUR: Secretaría de Turismo  
SIIMT: Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos  
SPSS: Statistical Product and Service Solutions (Social Sciences)  
SUS: Sustentabilidad (SUS)  
UANL: Universidad Autónoma de Nuevo León

## ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	ii
APROBACIÓN DE LA TESIS POR EL COMITÉ DOCTORAL.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
ABREVIATURAS Y TERMINOS TÉCNICOS .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	3
ÍNDICE DE FIGURAS.....	4
RESUMEN .....	5
INTRODUCCIÓN .....	7
<b>CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO .....</b>	<b>9</b>
1.1. Antecedentes del problema a estudiar .....	9
Tabla 1. Línea de tiempo de la evolución del sector turístico de Guaymas, Sonora. ....	14
1.2. Planteamiento del Problema de Investigación .....	14
1.2.1. Antecedentes Teóricos del fenómeno a estudiar .....	14
Fuente: Instituto Alemán de Desarrollo (Esser et al, 1996). Elaboración propia.....	18
1.3. Pregunta Central de Investigación .....	18
1.4. Objetivo General de la Investigación .....	20
1.5. Hipótesis General de Investigación .....	21
1.5.1. Hipótesis Específicas.....	22
1.6. Metodología.....	23
1.7. Justificación y Aportaciones del Estudio .....	26
1.8. Delimitaciones del estudio.....	29
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>32</b>
2.1. Marco Teórico de la variable dependiente: Teoría de la Competitividad Sistémica	35
2.1.1. Teorías y fundamentos Teóricos .....	36
2.1.2. Estudios de investigaciones aplicadas.....	40
2.2. Marco Teórico variables independientes.....	48
2.2.1. Teorías y fundamentos teóricos de las variables independientes.....	49
<b>CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA .....</b>	<b>62</b>
3.1. Tipo y diseño de la investigación .....	62
3.1.1. Tipo de investigación.....	62
3.1.2. Diseño de la Investigación .....	64
3.2. Métodos de recolección de datos .....	65
3.2.1. Elaboración del instrumento .....	65
3.2.2. Operacionalización de las variables de la hipótesis .....	66
3.3. Población, marco muestral y muestra.....	68
3.3.1. Tamaño de la muestra.....	68
<b>CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>73</b>
4.1. Prueba piloto .....	73
4.2. Resultados finales .....	75
4.2.1. Estadísticas descriptivas .....	77
4.2.2. Análisis estadístico inferencial inductiva: combinatorio y probabilísticos con pruebas no paramétricas.....	91

<b>4.3. Comprobación de hipótesis.....</b>	<b>98</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>102</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>110</b>
<b>Anexo 1. Instrumento de recolección de datos (encuesta) .....</b>	<b>119</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Línea de tiempo de la evolución del sector turístico de Guaymas, Sonora	14
Tabla 2. Operacionalización de la hipótesis	30
Tabla 3. Resumen de modelos teóricos	38
Tabla 4. Variables de investigación y constructo de medición	68
Tabla 5. Determinación de la Muestra	70
Tabla 6. Matriz de congruencia	71
Tabla 7. Alpha de Cronbach de prueba piloto	74
Tabla 8. Resumen de Alpha de Cronbach final	75
Tabla 9. Fiabilidad Variable Dependiente Y	75
Tabla 10. Fiabilidad de Variable Independiente X1	76
Tabla 11. Fiabilidad de Variable Independiente X2	76
Tabla 12. Fiabilidad de Variable Independiente X3	77
Tabla 13. Fiabilidad de Variable Independiente X4	77
Tabla 14. Giro de empresas turísticas	78
Tabla 15. Ubicación de las empresas turísticas	79
Tabla 16. Distribución general de Chi Cuadrado	92
Tabla 17. Distribución Chi Cuadrada	92
Tabla 18. Medidas simétricas para X1. Competencia de las empresas turísticas	93
Tabla 19. Pruebas de Chi-cuadrado para X2. Competencia del destino turístico	93
Tabla 20. Medidas simétricas para X2. Competencia del destino turístico	94
Tabla 21. Pruebas de Chi-cuadrado para X3. Políticas públicas turísticas	94
Tabla 22. Medidas simétricas para X3. Políticas públicas turísticas	95
Tabla 23. Pruebas de Chi-cuadrado para X4. Sustentabilidad	95
Tabla 24. Medidas simétricas para X4. Sustentabilidad	96
Tabla 25. Análisis explicativo a través del Modelo Logit	97
Tabla 26. Análisis predictivo a través del Modelo Probit	98
Tabla 27. Contingencia para X1. Competencia de las empresas turísticas	98
Tabla 28. Contingencia para X2. Competencia del destino turístico	99
Tabla 29. Contingencia para X3. Políticas públicas turísticas	99
Tabla 30. Contingencia para X4. Sustentabilidad	100
Tabla 31. Comprobación de hipótesis y correlación de $X \rightarrow Y$	100
Tabla 32. Comprobación de hipótesis y correlación de $X \rightarrow Y$	101



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo gráfico	18
Figura 2. Modelo de la Ventaja Competitiva	52
Figura 3. Modelo de Competitividad de destinos de Crouch y Ritchie	53
Figura 4. Modelo de Competitividad de Kim	54
Figura 5. Modelo de Dwyer y Kim.	56
Figura 6. Modelo de competitividad sistémica	56
Figura 7. Competitividad Sistémica Turística	61
Figura 8. Giro de empresa turística	78
Figura 9. Ubicación de las empresas turísticas	79
Figura 10. Genero	80
Figura 11. Competencia de las empresas y su percepción con la competitividad sistémica	81
Figura 12. Seguridad pública	82
Figura 13. Planeación urbana	83
Figura 14. Percepción de impacto de las vías de accesibilidad, equipamiento y producto turístico, y comercialización en el fortalecimiento de la competitividad sistémica	83
Figura 15. Políticas públicas en turismo	84
Figura 16. Sustentabilidad	85
Figura 17. Factores de impacto en la Competitividad de las empresas turísticas	86
Figura 18. Normalidad variable X1. Competencia de las empresas turísticas	89
Figura 19. Normalidad variable X2. Competencia del Destino Turístico	89
Figura 20. Normalidad variable X3. Políticas Públicas Turísticas	90
Figura 21. Normalidad variable X4. Sustentabilidad	90
Figura 22. Normalidad variable Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica	91
Figura 23. Modelo de Competitividad Sistémica para el Turismo	106

## RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito analizar el impacto de los factores de las competencias de las empresas turísticas, las competencias del destino turístico, las políticas públicas turísticas y el factor de sustentabilidad con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora; además se estructuró la hipótesis general: Los factores de *competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, políticas públicas turísticas y factor de sustentabilidad* impactan en fortalecimiento de la *competitividad sistémica* de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

Para ello, la metodología incluye aspectos tales como: la indagación detallada del problema, la selección de marco teórico, determinación de la muestra probabilística aleatoria; y se realizó por medio de la estadística inferencial no paramétrica, la determinación de la correlación de las variables independientes sobre la variable dependiente utilizando el modelo de la Chi-Cuadrada. Por medio del Modelo Logit, se da una explicación del impacto de las mismas sobre la variable observada y se hace una predicción utilizando el Modelo Probit.

La investigación es de un corte mixto, explicativo no experimental. Finalmente, se determina que existe una correlación e impacto de las variables independientes: competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, las políticas públicas turísticas, y la sustentabilidad sobre el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

Esto significa, que a medida que las empresas turísticas implementen estrategias para fortalecer sus competencias, además que como sector turístico, se generen las condiciones para mejorar las competencias como destino turístico y que las política públicas turísticas sean base sustancial para promover la sustentabilidad

de la región como centro turístico, pues se impactará cada vez más en el fortalecimiento de la competitividad sistémica del sector empresarial turístico de la región.

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente han surgido paradigmas relacionados al impacto social que las empresas deben de promover para su subsistencia en el mercado, esto independientemente de su giro. Alrededor de dicha situación, se han desarrollado proyectos donde el fenómeno socioeconómico llamado turismo, ha sido la punta de la lanza para promover dichos proyectos de desarrollo.

El capítulo 1 de la presente investigación, contiene la descripción analítica del contexto del fenómeno a estudiar, asimismo se aborda los antecedentes teóricos del concepto de competitividad desde el enfoque de la economía global; además, se hace la descripción del fenómeno a estudiar y los factores que influyen en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico para el Municipio de Guaymas, Sonora.

Se aborda la descripción del planteamiento del problema, la declaración, las preguntas de investigación específicas y su importancia. Además, se describe el propósito de la investigación, la unidad de medida, es decir el sujeto de estudio. También abarca la estructura del objetivo general de la investigación, describiendo el qué y el para qué de la investigación. Por otro lado, en dicho capítulo 1, se hace referencia a las brechas y deficiencias teóricas y su justificación práctica.

En el capítulo 2, se abordan los antecedentes del contexto y teóricos generales del problema que se aborda sobre la competitividad de las empresas del sector turístico. Para ello, se parte de un análisis teórico de la globalización en el contexto mundial, así como para México y la necesidad de adaptación al mercado de las empresas a nivel regional.

En dicho capítulo, se desarrolla una descripción detallada de la variable dependiente: “El fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora”, y se aporta una explicación de

los modelos de la “competitividad” y el concepto de “competitividad sistémica” y como se adapta al sector turístico.

Además, se desarrolla una descripción de los estudios empíricos que se tomaron como marco referencial de la competitividad y su contexto en el modelo de la competitividad sistémica.

Asimismo, se aborda el marco referencial de las variables independientes que influyen en la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora. Dichas variables tienen un respaldo teórico y de estudios empíricos.

En el capítulo 3, se describe la estrategia metodológica y sus etapas. Asimismo, se hace una descripción del instrumento de recolección de datos, las técnicas de investigación y el diseño utilizado. Se describe el sujeto de estudio y la determinación del tamaño de la muestra.

Finalmente, en el capítulo 4 se presenta un análisis de los resultados determinando las estadísticas descriptivas y la estadística inferencial no paramétrica a través del valor de la correlación de las variables independientes sobre la variable dependiente utilizando el modelo de la Chi-Cuadrada, y del Modelo Logit se da una explicación del impacto de las mismas sobre la variable observada y se hace una predicción utilizando el Modelo Probit permitiendo la comprobación de las hipótesis.

## CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

El presente capítulo está compuesto por una descripción general del contexto del fenómeno a estudiar, así como una descripción general de las variables independientes que influyen directamente en la variable dependiente estudiada que consiste en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del municipio de Guaymas, Sonora.

Además se hace una descripción y delimitación del tema, el cual está dirigido a hacer una construcción del estado del arte en tema de competitividad sistémica y cómo dicho modelo, promueve el fortalecimiento del sector empresarial del turismo.

### *1.1. Antecedentes del problema a estudiar*

El tema de la competitividad ha sido centro de arduos debates. Uno de los críticos es Krugman (1994) quien argumentó que la competitividad es un concepto sin significado y que si tuviera alguno, sería una manera poética de hablar de la *productividad*. Además ha recalcado que el problema económico no puede limitarse a la competencia en los **mercados internacionales** y que el éxito de un país no puede ser reducido únicamente a su comportamiento en el mercado internacional. Asimismo, señala que con frecuencia se cae en el error al momento de hacer un análisis de la competitividad asumiendo equivocadamente que las naciones son como las empresas. Sin embargo, en sus estudios realizados, no presenta alguno que evalúe los factores de impacto de la competitividad.

Por otro lado, considerando que la globalización permite interconectar las naciones y sus empresas a través de la comercialización de bienes, servicios y tecnologías; para el caso del **sector turístico** desde el contexto internacional, se presenta una diversificación de las preferencias y motivación de viaje de los turistas, así como el desarrollo de una demanda diversa de productos turísticos, con esto los

destinos turísticos tendrán que definir estrategias para ser más competitivos en los mercados internacionales.

Siguiendo el contexto global, en el caso del turismo, se menciona que el desarrollo del *aglomerado (clúster)* en las economías en vías de desarrollo, puede ser una fuerza positiva para mejorar la infraestructura remota e inservible, y diversificar la actividad económica y lograr la competitividad sistémica (Cárdenas, 2011). Los estudios citados por Cárdenas, tienen un enfoque dirigido a las políticas públicas pero no se aborda a profundidad las características que deberán tener las empresas para hacer un destino más competitivo.

Un motivo preponderante para formar las primeras compañías en el modelo de aglomerados (clúster), es el encontrar reservas disponibles de factores, tales como destrezas especializadas, pericia en investigación universitaria y una ubicación física eficiente o una infraestructura especialmente buena o apropiada. Los aglomerados, también, suelen surgir de una demanda local nueva, sofisticada y exigente de las naciones, estados o regiones (Porter, 1998; Jiménez, 2006 y Booyens 2016).

Por otro lado, según Albuquerque (2002), menciona que en un mundo de cambios constantes, se debe de destacar la importancia que cobra la actitud crítica-reflexiva de la *investigación de las ciencias sociales y económicas* en México. Por ello, haciendo una reflexión de la competitividad sistémica y su relación directa con la globalización, y a su vez bajo el enfoque del turismo, existe una dificultad que deriva del hecho de que en el mundo hay cada vez más de todo: *“mayor información pero mayor incapacidad e imposibilidad de análisis”*.

Bajo dicho contexto es evidente que si una empresa no es competitiva, su permanencia en el mercado es insostenible y hay un límite para ello; pero no sucede lo mismo con las naciones, ellas no pueden desaparecer, por lo que el concepto de competitividad nacional es engañoso (Krugman, 1996 y Dwyer, 2008).

También en un intento de explicar el contexto del fenómeno a estudiar, hay que ir más allá de la definición del concepto de competitividad y de la descripción de sus factores determinantes; como la productividad. Por lo tanto, resulta indispensable comprender que para mejorar los niveles de vida es preciso aumentar la productividad, esto hace énfasis al modelo de competitividad sistémica desarrollada por el Instituto Alemán para el Desarrollo (Esser et al, 1996). Dicho modelo hace una conexión con los diferentes niveles de participación económica, pero hay un vacío para el enfoque del turismo.

Por otro lado, el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT) reporta que el mercado turísticos durante los dos primeros meses de 2016 presentó un crecimiento de 5.1% con respecto al mismo periodo de 2015 en llegadas de turismo internacional. En el periodo de Enero a Abril de 2016 aumentó el número de turistas totales 9.9% y 13.9% los turistas de internación. Para el periodo de Enero a Abril de 2016 aumentó 11.4% el número de turistas aéreos y los ingresos por divisas aumentaron 6.9% con respecto al mismo periodo. Asimismo, en el mismo periodo se presentó un crecimiento en casi todos los mercados internacionales que llegaron vía aérea (SIIMT, 2016).

El Banco de México, reporta que las llegadas de visitantes vía aérea (por nacionalidad) a México durante el periodo de Enero a Abril de 2016 aumentó 10.3% con respecto al mismo periodo de 2015 (SIIMT, 2016).

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (Sectur, 2015) se ha tenido una evolución considerable del gasto total de visitantes internacionales en México entre el año 1995 al 2015, el cual es mayor al gasto del turismo en el extranjero. Dicho dato es de casi los 18,000 millones de dólares. Esto no es negativo para el sector turístico. Dicho dato permite reflexionar sobre el trabajo que se debe de hacer por parte del setor turístico para hacer mas atractivo el turismo nacional y hacer más atractivos al país con productos turísticos.



En 2015 México se posiciona en el lugar número 9 a nivel mundial por llegada de turistas internacionales: 32.1 millones de turistas y se posiciona en el lugar número 16 a nivel mundial por ingreso de divisas por turistas internacionales: 17, 734 millones de dólares (Sectur, 2015).

La participación del turismo en 2014 con el 7.2% en el PIB nacional y los bienes lo hicieron con el 1.3% (INEGI, 2014). Esto implica que en el sector desde el enfoque económico, se tiene una gran participación y su competitividad se verá fortalecido con la apertura y apalancamiento de empresas que oferten productos turísticos innovadores y que atiendan las necesidades de los mercados (Dumitru, 2016).

La llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros en promedio en el Estado de Sonora en el 2016 fue del 51.76%, donde representa un total de 2,260,093.00 de turistas nacionales por año y 196,093.38 de turistas de origen extranjero, sumando un total de 2,457,017.01 (Sectur, 2017).

La estancia promedio a nivel nacional según la Secretaria de Turismo (2016) en el año 2016 fue 1.67 días con 2 personas en promedio por habitación. De los cuales, 3,740,890.02 son turistas nacionales y 365,921.20 turistas extranjeros. Dichos datos, se toma de establecimientos con registro ante la Secretaria de Turismo.

La productividad está determinada especialmente por el tamaño de las inversiones domésticas en planta y equipo, investigación y desarrollo, infraestructura pública y la calidad de la gestión privada y la administración pública. Ahora bien, la competencia extranjera estimula simultáneamente un cambio económico más rápido y brinda oportunidades para aprender nuevas tecnologías y nuevas prácticas gerenciales que pueden ser utilizadas para mejorar la productividad (Cárdenas, 2011 y Booyens, 2016).

Por otro lado, los avances en la comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos y principalmente la inclusión de la sostenibilidad como indicador de desempeño han ocasionado distintos modelos teóricos de representación del sistema turístico de una localidad (Crotti, 2017).

El reto del presente es identificar, conceptualizar y caracterizar los principales factores que están presentes en la competitividad sistémica y como impactan el fortalecimiento del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

En la actualidad se perviven problemas de interés global, como el uso irracional de recursos naturales, la desigualdad de género, mal distribución de los ingresos generados en los sectores económicos, entre otros; lo cual pone en riesgo la existencia y trascendencia de la humanidad (Beck, 2008 y Pulido, 2016). Y México no es ajeno a dichos problemas y como consiguiente, la región de Guaymas, Sonora presenta dichos síntomas.

En este contexto, el papel que juega la política de desarrollo turístico es crucial para encaminar hacia una dirección de planeación integral y esquemática entre el equilibrio de lo social, ambiental y económico (Díaz, 2016).

Se percibe que el sector turístico en el Municipio de Guaymas, Sonora, ha presentado un estancamiento en la competitividad, y las causas más probables son: a) una baja competitividad de las empresas turísticas, b) poco impulso a la competitividad del destino turístico, c) una escasa política pública que permita desarrollar proyectos integrales y proyectos estratégicos, y d) una inexistente alineación de la sustentabilidad que impulse el desarrollo sostenible del sector turístico del municipio.

Por lo anterior, los mercados turísticos están en un cambio constante y acelerado, donde la competencia es más fuerte entre destinos turísticos, esto lleva a que se acrecienten los esfuerzo para impulsar la competitividad a través de modelos

y políticas públicas y empresariales que sean integrales y sostenidas (Knežević, 2016)

La presente investigación servirá como una “radiografía” del impacto de los factores de la competitividad sistémica, y el impulso de proyectos estratégicos e integrales en el sector turístico empresarial, social y ambiental del Municipio de Guaymas, Sonora.

A través del método de investigación mixto y la estadística inferencial no paramétrica, se podrá ratificar los factores de impacto en la competitividad del sector turístico, dando respuesta al planteamiento del problema, la comprobación de hipótesis y el cumplimiento de los objetivos del presente estudio.

A continuación se presente una línea de tiempo, sobre la evolución del sector turístico en el Municipio de Guaymas, Sonora (Tabla 1).

**Tabla 1. Línea de tiempo de la evolución del sector turístico de Guaymas, Sonora.**

- 
- **60’s-70’s** Existían el **hotel Playas de Cortez, El Posada, pista aérea** que recibía avionetas privadas de EUA. **Motivo de viaje: pesca deportiva en el Golfo de California.**
  - **70’s** los Estadounidenses empezaron a **comprar terrenos y construir casa** en San Carlos. **Motivo: pesca y buceo.**
  - **80’s Pájaros de la nieve y se construyen servicios de RV Park.** Se tiene los primeros vuelos “**Charters**” de Canadá.
  - **80’s** Se inicia un **movimiento de turismo regional y nacional** (Hermosillo, Nogales, Chihuahua).
  - **90’s** El **turismo nacional crece** y buscan Sol y Playa, Pesca.
  - **00’s** El **turismo estadounidense disminuye** y el **turismo nacional aumenta** buscando **Sol y playa, turismo de cruceros y eventos como bodas.**
  - **2010-2016.** Hay un **estancamiento** total de desarrollo del turismo en Guaymas-San Carlos. Sobrevive el segmento de “**Bodas**”. Se carece de políticas públicas que impulsen el desarrollo del turismo.
- 

*Fuente. Oficinas de Congreso y Visitantes (2016). Elaboración propia*

## 1.2. Planteamiento del Problema de Investigación

### 1.2.1. Antecedentes Teóricos del fenómeno a estudiar

La competitividad es un instrumento que permite medir la capacidad de producción y rentabilidad de los sectores (Beck, 2008); sin embargo, hay un vacío en

los estudios empíricos y teóricos que permitan y estimulen la reflexión, así como la identificación de posibles alternativas de abordaje de problemas y que identifiquen el impacto de los factores que conforman un Modelo Integral en Turismo; ya que dichos estudios se enfocan a medir la competitividad de las naciones y estados concentrándose en la economía global.

No obstante, como lo han señalado diversos autores, un enfoque casi exclusivo en la productividad también encierra serios peligros y problemas. La competitividad coloca a la productividad en el centro pero no como una explicación; ya que, la competitividad apunta a que las tasas de productividad que son una síntesis compleja, son variables a explicar y que la teoría económica no ha definido una teoría concreta de cómo hacerlo de manera estandarizado (Cohen, 1994 y Santos, 2014).

Con el enfoque de la productividad, la competitividad de una nación es la capacidad de producir bajo condiciones de libre mercado, bienes y servicios que satisfacen el resto de los mercados internacionales, y simultáneamente incrementar los ingresos reales de sus ciudadanos. La competitividad a nivel nacional está basada en la conducta de la productividad (Castrillón, 2011).

En tal sentido, Cohen (1994) afirma que la competitividad esta conformada por un conjunto de indicadores y factores, pero ninguno de los cuales y de manera individual podrán explicar y proveer el contexto real de la competitividad, ya que dicho concepto es sistémico, es decir esta conformado por varios elementos y multi-factores que interactúan entre si y proveen un foco de atención y de análisis. Sin embargo, existe un vacío en los estudios empíricos con el enfoque del sector turístico donde se evalúen dichos factores e indicadores.

Los argumentos teóricos expuestos, apuntan precisamente la óptica de la **competitividad sistémica**, tema del presente protocolo, según la cual afirma que la competitividad de una economía se sustenta en condiciones y acciones a cuatro

niveles del sistema -**los niveles meta, macro, meso y micro**- lo cual es un enfoque multidimensional de la competencia, que promueve el diálogo y la toma de decisiones compartida entre los más importantes grupos de actores (Dwyer y Kim, 2005).

El modelo de la competitividad sistémica, enfatiza en una visión a mediano y largo plazo con la interacción entre actores para mejorar el comportamiento a los diferentes niveles del sistema y con ello, movilizar la creatividad potencial de los diversos actores sociales (Esser et al, 1996).

Por ello, un modelo de competitividad sistémica basado en la economía global son los aglomerados (se hará mención del término haciendo referencia al concepto “Cluster”), y lo sitúa en un “nivel meso” (según el modelo de competitividad sistémica), y para Porter (1999) son aquellas concentraciones geográficas de compañías interrelacionadas, suplidores especializados, proveedores de servicios, empresas en industrias conexas e instituciones asociadas como universidades en campos particulares que compiten, pero que también cooperan.

La frecuencia de los aglomerados revela conceptos importantes sobre la naturaleza de la competencia y el papel que juega la ubicación en la ventaja competitiva y comparativa en el caso de los destinos turísticos. Los aglomerados sugieren que una buena parte de la ventaja competitiva cae fuera de las compañías y hasta fuera de sus industrias y que reside en las localidades donde establecen sus unidades empresariales. Por ello, los estudios que presentan un análisis de los clúster, solo hacen mención a un enfoque macro, sin entrar a detallar las características internas de las empresas y hay una carencia de estudios con dicho enfoque en el sector turístico (Orantes, 2016).

Michael Porter (1998) menciona que los aglomerados representan, una forma importante multi-organizacional, una influencia importante sobre la competencia y una característica prominente de las economías de mercado. El estado de los

aglomerados revela discernimientos importantes sobre el potencial productivo de una economía y las restricciones a su desarrollo futuro. El papel de los aglomerados en la competencia plantea implicaciones importantes para compañías, el gobierno y otras instituciones (Orantes, 2016).

Cada vez son más frecuentes los esfuerzos por incorporar el enfoque de los aglomerados dentro de la corriente principal del desarrollo económico y de la competitividad, pero se percibe que es muy débil los aglomerados con enfoque de turismo donde se evalúen la capacidades de las empresas para atender la necesidades de la demanda turística, así como se alinea con la competencias que presenta el destino turístico, la estructura de las políticas públicas y la sustentabilidad para la permanencia a largo plazo (Dumitru, 2016).

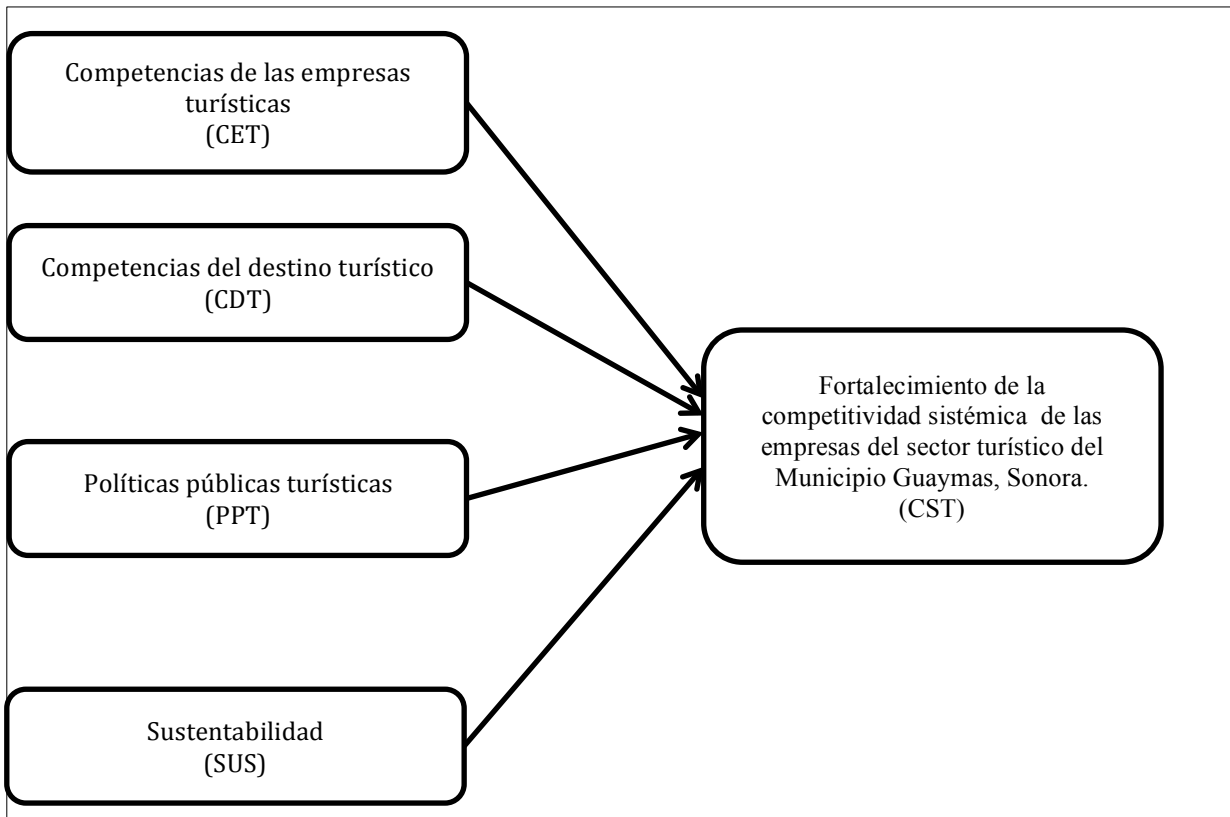
El desarrollo de los aglomerados se está convirtiendo en un enfoque básico, (Meza y Branch, 2008), y que se debe de enfocar el turismo bajo el concepto de competitividad sistémica.

Por ello, los aglomerados son sistemas de empresas e instituciones interconectadas, cuyo todo es mayor que la suma de las partes (**teoría de sistémica**). Desempeñan un papel importante en la competencia y plantean implicaciones importantes para compañías, gobiernos, universidades y otras instituciones de una economía (Santos, 2014).

Bajo lo anterior, se puede concluir que la competitividad sistémica representan una forma y complementaria de entender una economía, organizar el desarrollo económico y formular la política pública. El estado de la competitividad sistémica revela ideas importantes sobre el potencial productivo de una economía y las restricciones para su desarrollo futuro. Entonces, paradójicamente, las ventajas competitivas más duraderas en una economía mundial suelen ser locales. Es aquí donde el turismo juega un papel fundamental, ya que a través del mismo, se valora y reconoce las ventajas comparativas de un sitio con perfil turístico.

Bajo dicho contexto se presente el modelo gráfico de la investigación:

**Figura 1. Modelo gráfico**



*Fuente: Instituto Alemán de Desarrollo (Esser et al, 1996). Elaboración propia.*

$$CST_o = \beta_o + \beta_1CET_i + \beta_2CDT_i + \beta_3PPT_i + \beta_4SUS_i + e_i = 0$$
$$CST_1 = \beta_o + \beta_1CET_i + \beta_2CDT_i + \beta_3PPT_i + \beta_4SUS_i + e_i \neq 0$$

### 1.3. Pregunta Central de Investigación

Considerando que la competitividad sistémica integra la competencia de las empresas turísticas, la competencia del destino turístico, la existencia de políticas públicas que sostengan el sector turístico y su sustentabilidad; y que el turismo de la región Guaymas en el Estado de Sonora muestra signos de decaimiento y de que dicha región tiene una ventaja comparativa con potencial turístico, entonces la presente investigación busca indagar en torno a la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico y sus factores de impacto.

Para fines de dar respuesta al propósito del estudio, se presenta la siguiente declaración:

*¿Cómo impactan los factores de competitividad sistémica en el fortalecimiento de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?*

### **Preguntas de Investigación Específicas**

Para desarrollar cada uno de los factores y determinar el nivel de impacto que estos tienen en la competitividad del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora; se estructuraron las siguientes preguntas de investigación específicas:

1. ¿Cómo impacta el factor de “**competencias de las empresas turísticas**”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?

2. ¿Cómo impacta el factor de “**competencias del destino turístico**”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?

3. ¿Cómo impacta el factor de “**políticas públicas turísticas**”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?

4. ¿Cómo impacta el factor de “**sustentabilidad**”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?



#### *1.4. Objetivo General de la Investigación*

La competitividad sistémica del turismo, se debe de sustentar en principios rectores que rijan las acciones del Estado y que la herramienta sea la conformación y mantenimiento de un modelo económico sustentable que implique la evaluación de los factores que impactan en dicha competitividad. Por ello, el presente protocolo tiene como objetivo general:

*Analizar el impacto de los factores de **competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, políticas públicas turísticas y el factor de sustentabilidad** con respecto al **fortalecimiento de la competitividad sistémica** de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.*

##### *1.4.1. Objetivos Metodológicos de la Investigación*

Para poder abordar de manera sistemática y cumplir el objetivo general, se han estructurado los siguientes objetivos específicos de procesos metodológicos:

1. Analizar teorías referentes a la competitividad, modelos de competitividad, análisis del modelo de competitividad sistémica y su adaptación al sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
2. Elaborar un instrumento de medición que permita la evaluación de los factores de competitividad sistémica que impactan en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
3. Analizar y validar los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de medición.

4. Presentar conclusiones sobre los resultados obtenidos estableciendo la relación de impacto para el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

#### *1.4.2. Objetivos Específicos de resultados*

Para poder abordar de manera sistemática y cumplir el objetivo general, se han estructurado los siguientes objetivos específicos de resultados:

1. Determinar el impacto del factor de competencias de las empresas turísticas, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
2. Determinar el impacto del factor de competencias del destino turístico, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
3. Determinar el impacto del factor de las políticas públicas turísticas, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
4. Determinar el impacto del factor de sustentabilidad, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

#### *1.5. Hipótesis General de Investigación*

Para fines de hacer una descripción y explicación de los factores de impacto en el fortalecimiento de la competitividad sistémica del sector empresarial turístico de Guaymas, Sonora, se desarrolló la siguiente hipótesis de estudio:

Los factores de “**competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, políticas públicas turísticas y factor de sustentabilidad**” impactan en fortalecimiento de la **competitividad sistémica** de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

La ecuación matemática es la siguiente:

$$H_0 = \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$$
$$H_1 = \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 \neq 0$$

### 1.5.1. Hipótesis Específicas

Para fines de la comprobación de la hipótesis general, se estructuraron las siguientes hipótesis específicas:

H1. El factor de “**competencias de las empresas turísticas**”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

H2. El factor de “**competencias del destino turístico**”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

H3. El factor de “**políticas públicas turísticas**”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

H4. El factor de “**sustentabilidad**”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

## *1.6. Metodología*

El desarrollo del conocimiento es un proceso amplio y complejo que requiere una concepción multidimensional para su completo entendimiento. En ese sentido, los factores que influyen en su logro son múltiples y variados, cuyo abordaje se ha hecho desde diversos enfoques y visiones teóricas.

Se asume que el territorio de un destino turístico es un espacio en el que interactúan diversos agentes, tanto empresariales, ambientales y gubernamentales. Tales interrelaciones son una condición para el desarrollo de la presente investigación.

El desarrollo de la investigación incide en el análisis del impacto de los factores que se perciben que están correlacionados e influyen en la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico de la región del Municipio de Guaymas, Sonora.

El diseño de la investigación es no experimental, ya que no hay manipulación de las variables independientes. El nivel de medición es “intervalar”, es decir, los datos recolectados será numéricos, y representarán un valor preciso a la correlación, explicación y predicción de las variables de estudio.

En la investigación no se construye situaciones, sino se observa el fenómeno estudiado y su acción existente bajo la percepción de los sujetos evaluados. Se verifica la ocurrencia de las variables independientes sin su manipulación, ni control sobre ellas.

El diseño de la investigación tiene base en el método científico de corte mixto, a un nivel comprobatorio, explicativo y predictivo. La unidad de medida son el personal de nivel gerencial de las empresas de servicios turísticos del Municipio de Guaymas, Sonora.

La técnica para la comprobación de hipótesis es la de la metodología no experimental con estadística no paramétrica, y se plantea la validación de la hipótesis a través del muestreo probabilístico en donde no se modifica el objeto de estudio, y tampoco la relación entre la variable independiente con la variable dependiente.

En la hipótesis de trabajo se describen los elementos tales como: el sujeto de estudio, la variable dependiente y su correlación con las variables independientes lo que permite su explicación y predicción de impacto entre ellas.

Para determinar la hipótesis de trabajo, se procede a hacer una descripción del problema definiéndolo y delimitándolo describiendo sus características y circunstancias que lo conforman.

En las técnicas se incluye aspectos tales como: la indagación detallada del problema, la selección de marco teórico pertinente, registro de información a través del software Statistical Package for the Social Sciences versión 21 (SPSS), y se organiza la información corroborando el cumplimiento de objetivos por medio del análisis inferencial utilizando los modelos estadísticos de: Chi-Cuadrado, Logit y Probit.

Para poder confirmar empíricamente la hipótesis bajo el modelo causa efecto, se aplica la técnica de la correlación entre las variables independientes y dependiente, para determinar que haya una relación asimétrica sin que esta sea recíproca. Se aplica un análisis exploratorio para determinar las *medidas de posición* para determinar la Media, Mediana, Moda, la Asimetría y la Curtosis.

Es importante mencionar que no se procedió a hacerlo a través del modelo estadístico paramétrico de “Regresión Lineal Múltiple”, ya que al determinar los supuestos que lo conforman, se viola el supuesto de heterocedasticidad y no se presenta homocedasticidad, esto se debe a que el estudio es un análisis a través de

la percepción de los factores que impactan en la competitividad sistémica y fue medido a través de escala ordinal.

Aunque en las ciencias sociales, existen una diversidad de estudios basados en la percepción y analizados por medio de modelos paramétricos.

En el presente estudio, los supuestos de Linealidad, Normalidad, Autocorrelación y multicolinealidad presenta indicadores aceptables, sin embargo, se tomó la decisión de hacer las pruebas de hipótesis por medio de modelos no paramétricos como: **Probit** de Chester Ittner Bliss (Bliss,1934) y **Logit** de Josep Berkson generado en 1944 (Berson,1950). Ambos modelos de regresión de estadística no paramétrica se utiliza cuando la variable dependiente es de un enfoque cualitativo, y las variables independientes pueden ser cualitativas o cuantitativas o se presentan ambas situaciones (Moscote, 2012).

En el lenguaje de la estadística inferencial no paramétricas se dice que se debe de observar una “relación” entre las dos variables, es decir, cuando se modifica una, la otra también (Corbetta, 2007). Sin embargo, los modelos Probit y Logit son modelos utilizados cuando hay Respuestas Cualitativas (RC), y la variable dependiente es discreta 1 y 0, tomando los valores según la escala de Likert del instrumento diseñado para la presente investigación, se tiene que: **1** es igual a **4=De acuerdo** y **5=Totalmente de acuerdo** y **0** representó el valor de escala de Likert de **3= Ni de acuerdo, ni en desacuerdo**, **2=En desacuerdo** y **1=Totalmente en desacuerdo**.

En lo anterior se observa, que se ordena por grado de respuesta de opinión-percepción y las variables son ordinales.

La unidad de medida serán todas las empresas prestadoras de servicios turísticos del Municipio de Guaymas, Sonora, las cuales suman una población total de 84 empresas según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía

(INEGI, 2014), quedando una muestra de 68, con un error de estimación del 5% y un coeficiente de confianza de 1.96=95%.

Para determinar importantes conclusiones o inferencias validas en la presente investigación, la muestra reúne los siguientes requisitos: es representativa, ya que la muestra presenta la mismas características y cualidades; y el número de elementos de la muestra es suficiente para evitar errores que son generados por la heterogeneidad de la información y su gran tamaño de dispersión (Mercado, 2008).

El muestreo es estratificado primeramente, ya que se agrupan los sujetos de estudio según el giro de la empresa turística; y de cada segmento de empresas, se selecciona la muestra a través del muestreo por asar.

### *1.7. Justificación y Aportaciones del Estudio*

Es importante mencionar que la investigación busca explicar desde el contexto de la comprensión y percepción de la situación actual de la competitividad sistémica en las empresas del sector turístico y su degradación territorial, y el entendimiento de la configuración actual de la estructura regional del turismo; y con ello, tener una implicación práctica a un modelo integral de turismo y que sea base para fortalecer la competitividad sistémica del turismo en la región de Guaymas, Sonora.

Por lo antes mencionado, los usuarios directos de los resultados obtenidos en la investigación, son: el sector empresarial y gubernamental que les permita conocer la situación de la competitividad sistémica y con base en ello, poder construir y fortalecer las políticas públicas en turismo en miras de ser sustentable.

La presente investigación, aportará datos cuantitativos descriptivos y predictivos de la competitividad sistémica del turismo en la región de Guaymas, Sonora; es decir, se fortalecerá el “estado del arte” de las teorías basadas en la competitividad, así como a la teoría de sistemas y competitividad sistémica, que

contribuyen directamente al sistema turístico, lo cual permitirá generar conocimiento aplicado para dar respuestas a problemas sobre la competitividad de las empresas del sector turístico del Municipio.

La investigación seguirá el proceso rígido y metodológico que implica la generación y aplicación del conocimiento. Además, consiste en la creación de instrumentos para la recolección y análisis de datos, determinación de variables y su correlación directa con el factor de la competitividad sistémica. Esto permitirá el desarrollo de una metodología para la construcción de una propuesta de modelo integral de turismo, con el fin de impulsar y fortalecer las ventajas competitivas de las empresas del sector turístico y la ventaja comparativa del sector turístico en la región de Guaymas, Sonora.

Por otro lado, conceptualmente es escasa la referencia que se ha hecho al concepto de competitividad sistémica con enfoque en el sector turístico hasta hace pocos años, a la hora de evaluar un destino turístico, a pesar de ser un elemento básico para conocer con exactitud su posicionamiento con relación a sus principales competidores.

Sin embargo, conforme han ido apareciendo nuevos competidores y se ha ido creando un escenario de competencia hostil, las distintas administraciones encargadas de velar por el desarrollo de la actividad turística han comenzado a fijar como objetivo prioritario de las políticas públicas, la consecución de la competitividad y las empresas empiezan a asumir que la competitividad de sus negocios depende crecientemente del entorno en el que se desarrolla (Morales, 2014).

Por lo anterior expuesto, la presente investigación se sustenta bajo los supuestos de que existe un vacío de conocimiento aplicado a evaluar el impacto de los factores de la competitividad sistémica y su fortalecimiento en las empresas del sector turístico.



Por lo tanto y según Michale Porter (1998), el conocer la situación de la competitividad, permite crear estrategias para aumentar la productividad de las empresas o industrias constituyentes, mejorar la capacidad de innovar y del crecimiento de la productividad; y estimula la formación de empresas nuevas que apoyen la innovación y amplíen la oferta.

Asimismo, el poder conocer la relación de los factores de las competencias de las empresas, la competencia del sector turístico, el estatus de las políticas públicas en turismo y la sustentabilidad; son base para impulsar la competitividad a través de un modelo integral de turismo a través de la diferenciación posicionando al destino turístico logrando tener una ventaja competitiva por medio del usos y aprovechamiento de los recursos turísticos de la región (Weidenfeld, 2018).

Sin embargo, el turismo de la región de Guaymas, Sonora muestra signos de decaimiento pero dicha región tiene un potencial para ser un destino líder en la región del Noroeste de México.

La presente propuesta esta encaminada a hacer una reflexión axiomática a través de un diagnóstico de la situación de las empresas del sector turístico en materia de competitividad sistémica del sector. Por ello, es prioritario realizar investigaciones que permitan aplicar modelos “causa-efecto” en los diversos ámbitos de la actividad humana, superando la del entorno del fenómeno estudiado (Laguna, 2010).

Por otro lado, el turismo se considera como un instrumento para alcanzar el desarrollo de regiones mediante el impulso de su economía y, en los últimos años, para disminuir de la pobreza a comunidades que han permanecido marginadas históricamente, como lo manifiesta la Organización Mundial del Turismo (OMT) en diversos documentos y, por supuesto, la sostenibilidad se ha incorporado a esta actividad, así como la dificultad de su aplicación (Salido et al, 2010).

La pertinencia del presente estudio, esta justificado para dar respuesta a qué debe de contener un modelo optimo para fortalecer e impulsar la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

### *1.8. Delimitaciones del estudio*

El desarrollo de la propuesta incidirá en evaluar desde la percepción del sujeto de estudio, si existe correlación de los factores que impactan a la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico de la región del Municipio de Guaymas, Sonora; con el fin de explicar dicha relación y su predicción.

Es importante mencionar que la investigación busca explicar desde el contexto de la comprensión de la situación actual del turismo y su degradación territorial en la región, conocimiento y entendimiento de la definición y configuración de la estructura regional del turismo; y con ello, tener una implicación práctica a un modelo integral de turismo y que sea base para la construcción de política de desarrollo turístico para fortalecer la competitividad sistémica de las empresas turísticas.

Se asume que el territorio es un espacio en el que interactúan diversos agentes, tanto empresariales y sociales, así como institucionales públicas. Tales interrelaciones son una condicionante para el desarrollo de la presente investigación.

La principal delimitación del trabajo reside en el tamaño de la muestra considerada, llevando esto a hacer generalizaciones sobre los resultados, con representatividad por estratos. Lo anterior, se espera sea cubierta por el trabajo de observación y por las entrevistas a actores involucrados, lo cual será clave en la actividad analizada.

Otra delimitación está constituida por la naturaleza misma de los datos utilizados, principalmente por la posible presencia del “sesgo” del investigador, ya que es este quien diseña el marco teórico y decide el nivel de importancia hacia cada

uno de los elementos que constituyen la investigación. La presente investigación esta delimitada para un contexto de análisis dentro del periodo 2015-2017.

**Tabla 2. Operacionalización de la hipótesis**

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Unidad de medición Ordinal</b>	<b>Unidad binaria = 1</b>	<b>Unidad binaria = 0</b>
X <sub>1</sub>	Competencias de las empresas turísticas	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
X <sub>2</sub>	Competencias del destino turístico	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
X <sub>3</sub>	Políticas públicas turísticas	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
X <sub>4</sub>	Sustentabilidad	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
Y	Fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

Elaboración propia.

Desarrollar el análisis de la competitividad sistémica para efecto de evaluar la correlación de las competencias de las empresas turísticas, las competencias del destino turístico, las presencia y/o modificación de las políticas públicas turísticas y la sustentabilidad; es base fundamental para la puesta en marcha de un plan estratégico, que permita alinear el trabajo de todos los elementos involucrados favoreciendo el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico de la región Guaymas, Sonora.

## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO**

Como base teórica para definir la variable dependiente, se toma el modelo de la Competitividad Sistémica, desarrollado por el Instituto Alemán de Desarrollo (Esser et al, 1996). Por ello, en el presente capítulo se analiza el concepto de competitividad sistémica, examinando los factores que lo determinan y sus interrelaciones “causa-efecto”.

La competencia de una empresa se basa en el patrón organizativo de la sociedad en su conjunto. Los parámetros de relevancia competitiva en todos los niveles del sistema y la interacción entre ellos es lo que genera ventajas competitivas. La competitividad es sistémica (Esser et al, 1996) y (Suárez, 2006).

En las últimas décadas se presentan profundas transformaciones en la actividad turística mundial, debido fundamentalmente, a la globalización de la economía, los avances tecnológicos y los cambios experimentados tanto por la oferta como por la demanda turística. Estos cambios generan nuevos riesgos y oportunidades y, por tanto, la búsqueda de nuevos flujos de turistas no puede basarse exclusivamente en la rebaja de precios, sino en una mejora continua de la competitividad del destino aprovechando las ventajas comparativas del sitio (Varisco, 2009).

La competencia de los destinos turísticos está más relacionada con la definición macroeconómica que con la microeconómica. Se puede definir un destino turístico como “una amalgama de productos individuales y de oportunidades de experiencias que se combinan para formar una experiencia global del área visitada” (Murphy, 2000).

Además, un producto turístico de un destino está constituido por “un conjunto de beneficios esenciales que se distribuyen mediante una infraestructura turística

que es gestionada directamente o a través de factores ambientales, algunos de los cuales pueden estar influidos por las políticas públicas” (Murphy, 2000).

Desde el punto de vista de estos investigadores, la competencia de los destinos turísticos parece estar relacionada únicamente con la posición relativa de los mismos en los mercados turísticos y productividad. Sin embargo, Crouch y Ritchie (2000) consideran que la cuestión esencial de la competitividad turística es la que se relaciona con la prosperidad económica de sus habitantes.

Dado que los destinos compiten principalmente por motivos económicos, intentando atraer el mayor gasto turístico posible, el análisis de la competitividad turística debería centrarse en la prosperidad económica a largo plazo, siendo este el criterio que debe emplearse para valorar la competitividad de un destino turístico (Santos, 2014).

Dwyer et al., (2000) ponen el énfasis en los precios turísticos, al considerar que la medida de la competitividad en precios juega un papel decisivo, hasta el punto de que plantean la competitividad turística como *“un concepto complejo que incluye los diferenciales de precios, asociados a los movimientos de los tipos de cambio, a los niveles de productividad de los diferentes componentes de la industria turística y a los factores cualitativos que condicionan el atractivo de un destino”*.

Cuando se trata de analizar la competencia de los destinos turísticos, Crouch y Ritchie (2000) introducen la teoría de la ventaja comparativa y de la ventaja competitiva.

Las *ventajas comparativas* vienen dadas por los factores o recursos con los que cuenta el territorio y que han posibilitado que se configure como un destino turístico. Entre ellos, cabe destacar los recursos naturales (playas, montaña, clima, etc.), las condiciones socioeconómicas (actitud población local hacia la actividad, disponibilidad de mano de obra, etc.), la regulación y políticas utilizadas para

fomentar la actividad turística (fiscalidad, incentivos, subvenciones, etc.). Se trata, pues, de aquellos elementos que condicionan la situación de partida y que han constituido el núcleo del paradigma de desarrollo turístico predominante hasta el momento (Alvarado, 2017).

Sin embargo, las *ventajas competitivas* son aquellas estrategias implementadas por el destino para gestionar de forma eficiente sus recursos a lo largo del tiempo. Así, el hecho de que un destino cuente con importantes ventajas comparativas no implica necesariamente que sea competitivo, si, por ejemplo, no se ha preocupado de poner en valor esos recursos, de valorar el papel que podría jugar el turismo en su desarrollo socioeconómico, etc. (Cárdenas, 2009 y Alvarado, 2017).

En contraposición, un destino turístico con escasas ventajas comparativas puede llegar a ser altamente competitivo si conoce sus fortalezas y debilidades, si diseña un plan estratégico de aprovechamiento de sus recursos, etc. Por consiguiente, la competitividad de un destino turístico no sólo está relacionada únicamente con la cantidad de recursos que posea el mismo, sino también, y sobre todo, con la gestión eficiente de esos recursos (Pérez, 2014 y Crotti, 2017).

En definitiva, mientras las *ventajas comparativas* hacen referencia, básicamente, al patrimonio turístico (recursos) con que cuenta un destino y apuntan hacia una determinada especialización turística (turismo de naturaleza, turismo activo, turismo de sol y playa, turismo termal, etc.), las *ventajas competitivas* son aquellas que surgen cuando se aplican políticas de planificación, de gestión y de comercialización sobre las ventajas comparativas, y que permiten al destino ser más competitivo que otros con mayor número (cuantitativa o cualitativamente hablando) de recursos (Bañuls, 2007).

La transición desde el modelo basado en las ventajas comparativas al nuevo paradigma basado en las ventajas competitivas permite asegurar que el destino no sólo compite a través de los precios, como ocurría anteriormente, sino incorporando

otros elementos: calidad del servicio, imagen, sanidad, seguridad, medio ambiente, etc. (Kim, 2001, 2009 y Villarreal, 2017).

El nuevo paradigma de la competitividad busca la rentabilidad de la actividad turística a largo plazo, es decir, pretende no sólo aumentar, sino también mantener, la capacidad de obtener beneficios a lo largo del tiempo. Por tanto, rompe con la idea que ha predominado hasta el momento: maximizar los beneficios a corto plazo, sin tener en cuenta los impactos negativos de la actividad turística en el entorno. La ventaja comparativa ya no garantiza el mantenimiento de la diferenciación del destino (Sancho, 2006, 2012).

### *2.1. Marco Teórico de la variable dependiente: Teoría de la Competitividad Sistémica*

El concepto de competitividad turística es tan amplio que no existe una definición única y generalmente aceptada; las dificultades de definir la competitividad se derivan de su carácter relativo: un destino turístico es competitivo de acuerdo a su naturaleza multidimensional, que son los aspectos concretos que definen la competitividad de un destino (González, 2009).

El concepto de competitividad sistémica surge como un modelo teórico para dar respuesta a la globalización y cambio tecnológico. Dicho modelo teórico, ofrece un marco de referencia que nos permite identificar factores y variables determinantes de la competitividad de un destino turístico (Esser et al, 1996).

Por tanto, al hablar de competitividad no debemos limitarnos a considerar el producto ofertado por las empresas turísticas, sino que hay otros tipos de servicios que forman parte de la experiencia turística (sanidad, seguridad, infraestructura, población local, etc.) y que también deben de ser considerados a la hora de valorar la competencia del destino. Es por ello, que se está produciendo una transformación del modelo, en el que los destinos no sólo compiten a través de los precios, como



ocurría anteriormente, sino incorporando otros elementos: calidad del servicio, imagen, sanidad, seguridad o medio ambiente (Cárdenas, 2011).

### *2.1.1. Teorías y fundamentos Teóricos*

El modelo teórico de la competitividad sistémica, se define como el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional, que son los siguientes: el nivel micro de las empresas, las que buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua; el nivel meso correspondiente al Estado y los actores sociales que desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad; el nivel macro que ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias de desempeño; y, por último, el nivel meta que se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica (Esser et al, 1996).

No se han elegido variables indiscriminadamente, por ello, es importante considerar que cada estructura se manifiesta en una serie de variables y cada grupo de variables revela, sólo, una determinada estructura.

Se ha pasado de un mercado en el que se competía vía precios a otro más complejo en el que se incorporan otros elementos como la regulación, seguridad, sanidad o medio ambiente, que son fundamentales en la competitividad de los destinos (Cárdenas, 2011).

Cárdenas (2011), menciona que actualmente es difícil encontrar un destino especializado en tipologías turísticas que no puedan ser ofertadas por ningún otro, incluso si se trata de un producto específico.

Se exige a los destinos un importante esfuerzo por ofrecer a sus clientes potenciales los productos y servicios turísticos con mayor capacidad de diferenciación. Por tanto, Sánchez y Fajardo (2004) argumentan que la competitividad y la continua búsqueda de la calidad y de la excelencia se han convertido en uno de los objetivos fundamentales que persiguen los destinos.

Como reflexión teórica, el concepto de competitividad turística es tan amplio que no existe una definición única y generalmente aceptada; pero esto también se debe a que en el sector del turismo, lo que se comercializa es una combinación de productos tangibles como intangibles que al final, la forma en como se opera, afectará la sensación de los turistas y su experiencia.

Murphy (2000), menciona que la competitividad de los destinos turísticos está más relacionada con la definición macroeconómica que con la microeconómica. Se puede definir un destino turístico como “una amalgama de productos individuales y de oportunidades de experiencias que se combinan para formar una experiencia global del área visitada”.

Crouch y Ritchie (2000) consideran que la cuestión esencial de la competitividad turística es la que se relaciona con la prosperidad económica de sus habitantes. Dado que los destinos compiten principalmente por motivos económicos, intentando atraer el mayor gasto turístico posible, el análisis de la competitividad turística debería centrarse en la prosperidad económica a largo plazo, siendo éste el criterio que debe emplearse para valorar la competitividad de un destino turístico.

Otro enfoque teórico como el de Dwyer (2000) que pone el énfasis en los precios turísticos, al considerar que la medida de la competitividad en precios juega un papel decisivo, hasta el punto de que plantean la competitividad turística como “un concepto complejo que incluye los diferenciales de precios, asociados a los movimientos de los tipos de cambio, a los niveles de productividad de los diferentes

componentes de la industria turística y a los factores cualitativos que condicionan el atractivo de un destino”.

**Tabla 3. Resumen de modelos teóricos.**

<b>AÑO</b>	<b>AUTORES</b>	<b>APORTACIÓN</b>
1990	M. Porter	Modelo de la “Ventaja competitiva”.
1999	Crouch y Ritchie	Modelo de competitividad de los destinos turísticos.
2000	Hassan	Conservación del medio ambiente en la competitividad de los mercados turísticos.
2001	Kim	Reestructuración al modelo de Crouch y Ritchie.
2003	Dwyer y Kim	Nueva propuesta de modelo competitivo de los destinos turísticos.
2003	Huybers y Bennett	La sustentabilidad como factor de la competitividad turística medido por la rentabilidad.
2005	Gooroochurn y Sugiyarto	Crean un modelo de competitividad de los destinos turísticos en la Universidad de Nottingham y crean el Consejo Mundial de Viajes.
2005	N/A	Tendencia del turismo hacia un enfoque de la eficiencia.
2007	Zhang y Jensen	Factores de Ventaja Competitiva: Conglomerados, atractivos turísticos, calidad de los servicios, estatus de la infraestructura y recursos turísticos, conservación del medio ambiente, valor percibido y precios.
2007	Claver y Molina	La hotelería es quien debe de impulsar la competitividad del destino turístico.
2010	Go y Gaver	Modelo de Gestión del Destino Turístico: Liderazgo, la gestión, las políticas y estrategias implementadas.
2011	Barros et al.	Estudio de competitividad turística de Francia, estudiando la tasa de ocupación hotelera como indicador.
2012	Wo, Lan y Lee	Crean el Índice de Competitividad Turística (TTCI) pero no hay relación con los indicadores para tomar decisiones en políticas públicas.
2013	Chen y Phou	Diferenciación del destino como fuente de competitividad y lealtad de los mercados.

Elaboración propia

Entonces, puede definirse la competitividad de un destino turístico como: “La capacidad para incrementar el gasto turístico, para atraer visitantes de forma creciente, a la vez que se les proporciona experiencias satisfactorias y se realiza de una forma beneficiosa, mientras que se garantiza el bienestar de la población residente y se preserva el capital natural del destino para las generaciones futuras” (Ritchie y Crouch, 2000).

Por tanto, al hacer referencia de competitividad turística no solo se debe de considerar el producto ofertado por las empresas turísticas, sino que hay otros

elementos que integran el producto turístico de un destino y que afectará la experiencia de los visitantes, tales como: sanidad, seguridad, infraestructura, población local, entre otros; y que también deben de ser considerados al momento de medir la competitividad de un sitio turístico. A esto se le puede denominar competitividad sistémica en el sector turístico para fines de la presente investigación y que conforma la variable dependiente.

Por ello, se está produciendo un cambio en los destinos turísticos, que no va solo en competir por precio, sino es necesario definir las ventajas comparativas y competitivas basado en calidad del servicio, imagen, sanidad, seguridad o medio ambiente. (Santos, 2014).

De acuerdo al análisis de la teoría anterior, se define a la variable dependiente del presente estudio como:

***Y. El fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora. (CST)***

Por lo tanto, para fines de la presente investigación se define la variable dependiente como: *el proceso para promover el desarrollo de las empresas del sector turístico, el crecimiento y mantenimiento de la infraestructura, de los productos turísticos y la aplicación de políticas turísticas a través del aprovechamiento de las ventajas comparativas y dando pie a la innovación para fortalecer las ventajas competitivas para impulsar el sector turístico de manera sostenible a corto, mediano y largo plazo en el Municipio de Guaymas, Sonora (Dwyer y Kim, 2005).*

Es necesario mencionar que la teoría de la competitividad sistémica, propone un acercamiento a la problemática del desarrollo empresarial teniendo en cuenta una perspectiva en la que el Estado aparece como un actor decisivo a partir de sus intervenciones. La idea gira en torno a la interacción de los niveles macro económico, meso económico, micro económico y meta económico. Su aplicación a nivel de

destinos turísticos es aún incipiente y se identifica una considerable disparidad de criterios para su aplicación (Varisco, 2009).

### *2.1.2. Estudios de investigaciones aplicadas*

Al analizar la competitividad en el marco de la globalización no es posible focalizarla solo tomando en cuenta el factor costo, de ahí que se haya pasado a un enfoque estructural de la competitividad que la analiza como un fenómeno de mayor alcance, en cuya determinación hay un conjunto más amplio de factores, complementando la variable costo (García, et al, 2003).

Para poder definir la variable dependiente del estudio, es necesario hacer una reflexión teórica de la competitividad, y se ha adoptado la definición González (2009) en su estudio y que la define como: *“la capacidad de una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al promedio del sector de referencia y de forma sostenible, o sea: capacidad de obtener rentabilidad de las inversiones superior al promedio, de manera razonable y capacidad de hacerlo con bajos costos sociales y ambientales”*.

Asimismo, para fines de la presente investigación se entenderá como competitividad de un destino turístico, como: *“la capacidad de un destino turístico para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico social, y considera los siguientes factores: Factores de atracción, factores de soporte y recursos, la gerencia o dirección del destino, determinantes restrictivos, entorno local (micro) y el entorno global (macro)”* (Crouch y Rotchie, 2000).

Las *ventajas comparativas* vienen dadas por los factores o recursos con los que cuenta el territorio y que han posibilitado que se configure como un destino turístico. Entre ellos, cabe destacar los recursos naturales (playas, montaña, clima, etc.), las condiciones socioeconómicas (actitud población local hacia la actividad,

disponibilidad de mano de obra, etc.), la regulación y políticas utilizadas para fomentar la actividad turística (fiscalidad, incentivos, subvenciones, etc.). Se trata, pues, de aquellos elementos que condicionan la situación de partida y que han constituido el núcleo del paradigma de desarrollo turístico predominante (Cárdenas, 2011).

Sin embargo, las *ventajas competitivas* son aquellas estrategias implementadas por el destino para gestionar de forma eficiente sus recursos a largo tiempo. Por consiguiente, la competitividad de un destino turístico no sólo está relacionada únicamente con la cantidad de recursos que posea, sino también con la gestión eficiente de esos recursos (Cárdenas, 2011).

La investigación toma como base referencial el modelo teórico de la competitividad sistémica, que desde una reflexión literaria, se considera que engloba las variables y factores que determinan las estrategias para promover el fortalecimiento de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

En el modelo teórico de la competitividad sistémica, se agregan factores de tipo organizativo e institucional, ligado al entrono económico de un país. Además, se toma en consideración las interacciones entre sectores y actividades económicas, la calidad de dichas relaciones, así como la infraestructura física y tecnológica con la que se opera, para fines del modelo conceptual del presente estudio, este se le denomina como variable independiente llamado “Sustentabilidad” (Esser et al, 1996).

A partir de la década de los noventa se han propuesto diferentes modelos teóricos para el análisis de la competitividad de los destinos turísticos. En este trabajo se explora los principales esquemas teóricos propuestos sobre factores determinantes de la competitividad de destinos turísticos, e se incorpora al análisis las más recientes variables vinculadas con la sustentabilidad. El fin es identificar y

conceptualizar los principales factores presentes en cada modelo, así como detectar las virtudes y limitaciones de los diversos modelos.

El concepto de competitividad sistémica, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) constituye un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo (OCDE, 1992).

La diferenciación entre cuatro niveles analíticos distintos (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores tales como la capacidad de una sociedad para la integración y la estrategia, mientras que en el nivel meso se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel de la empresa (Esser et al, 1996).

En el marco de la OCDE se han desarrollado considerables esfuerzos para sistematizar los diferentes enfoques existentes sobre el fenómeno de la competitividad y resumirlos en un enfoque integral bajo el concepto de "competitividad estructural". Los elementos medulares de este concepto son (1) el énfasis en la innovación como factor central del desarrollo económico, (2) una organización empresarial situada más allá de las concepciones tayloristas y capaz de activar los potenciales de aprendizaje e innovación en todas las áreas operativas de una empresa, y (3) redes de colaboración orientadas a la innovación y apoyadas por diversas instituciones y un contexto institucional con capacidad para fomentar la innovación (OCDE, 1992).

Igualmente, dentro de la OCDE (1992) se han desarrollado esfuerzos para sistematizar los diferentes enfoques existentes sobre el fenómeno de la competitividad y resumirlos en un enfoque integral donde los elementos medulares son el énfasis en la innovación como factor central del desarrollo económico.

Por todo ello, el presente estudio se basa en un análisis sobre la competitividad sistémica y adoptar dicho modelo teórico empírico para desarrollar

estrategias de fortalecimiento del sector empresarial turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

A todo esto, se conceptualiza a la competitividad sistémica, como un modelo que estimula la búsqueda de la integración social, exigiendo no sólo reformas económicas, sino también un proyecto de transformación de la sociedad (Ferrer, 2005).

Sintetizando otras contribuciones empíricas acerca de la competitividad de los destinos turísticos. Kozak y Rimmington (1999) estudian la competitividad de Turquía. Para ello, realizan encuestas a turistas británicos que visitan Turquía en el verano de 1998; y a partir del análisis de los datos de estas encuestas, extraen la siguiente información: perfil de los turistas, otros destinos visitados desde 1995, los atributos motivadores de la visita, la posición competitiva de Turquía en relación a sus países competidores y en cuanto al nivel de satisfacción de los turistas con respecto a los atributos planteados y, por último, los motivos de decepción más importantes con respecto a todos los países del entorno competitivo.

Concluyen que los destinos del Mediterráneo eran competidores directos de Turquía, concretamente en el turismo de verano. La hospitalidad, la relación calidad/precio, el tiempo, la seguridad y protección, el transporte y el medioambiente son algunos de los factores valorados más positivamente del turismo de Turquía en relación a sus competidores (Kozak y Rimmington, 1999).

Una de las críticas a esta fórmula de medición de la competitividad es que el destino Turquía se está comparando con todos los demás lugares al mismo tiempo (Kozak y Rimmington, 1999). A través de este estudio, tampoco se conocen las variables más determinantes de la competitividad y las encuestas solo se llevan a cabo desde la perspectiva de la demanda (Castrillón, 2011).



Por otro lado, Enright y Newton (2004) estudian la competitividad de los destinos desde la perspectiva de la oferta, concretamente realizaron encuestas a profesionales del sector turístico de Hong Kong. Primero indagan acerca de la importancia de los factores de atracción turística y de los factores empresariales en la competitividad del turismo urbano en el área de Asia-Pacífico.

Posteriormente, comparan a Hong Kong con sus principales competidores y estiman la competitividad relativa de este país con respecto a los factores mencionados (Enright y Newton, 2004). Los autores utilizan la parrilla IPA, un método de análisis frecuente en las investigaciones de destinos turísticos que permite *“establecer una priorización de los diferentes elementos determinantes de la competitividad y de la posición relativa de Hong Kong respecto a sus principales destinos competidores”* (Garau, 2006). También muestra el resultado del análisis de manera más accesible y práctica para la toma de decisiones (Enright y Newton, 2004). Además permite identificar los factores clave del destino representados en cuatro cuadrantes que son lo empresarial, la oferta turística, las políticas y la economía global del turismo (Enright y Newton, 2004).

Los autores pretenden aportar un análisis cuantitativo y una metodología empírica que sea capaz de proporcionar una base para la gestión y decisiones políticas en el sector turístico (Enright y Newton, 2004). Además, este estudio determina una serie de competidores en el turismo urbano en la región Asia-Pacífico y propone una clasificación de la importancia de los atractores y de los factores relacionados con la empresa en el turismo de la región (Enright y Newton, 2004). Sin embargo, no se puede realizar un ranking de competitividad de los destinos y no se tienen en cuenta las motivaciones de los visitantes (Castrillón, 2011).

En 1994, Keyser propone una metodología para el análisis de la posición competitiva del área del Caribe. Con este estudio pretendían analizar la posición competitiva del turismo en los siguientes países del Caribe: Bahamas, Barbados, Belice, República Dominicana, Haití, Jamaica, Trinidad y Tobago. Definieron la

competitividad de un destino como *“su capacidad para alcanzar sus objetivos a largo plazo de una manera más eficiente que la media internacional o regional. Esto significa que un destino competitivo es capaz de realizar una rentabilidad superior a la media, con el menor costo social y sin dañar el medio ambiente y los recursos disponibles. Es útil en este punto destacar la importancia de llevar a cabo la competitividad a largo plazo”*.

Inicialmente, se plantea realizar una distinción entre los indicadores de desempeño competitivo y los factores que contribuyen a la competitividad. Posteriormente, evalúan las variables determinantes de competitividad. Los factores estudiados son: los factores macroeconómicos, los factores de la oferta, los factores de transporte, los factores de la demanda y los factores relacionados con la política turística. Por último, analizan las ventajas y desventajas de los destinos turísticos estudiados y proponen sugerencias para reforzar sus posiciones competitivas (Keyser et al, 1994).

El modelo de Dwyer y Kim (2003) fue puesto en práctica en Corea y Australia y entre sus objetivos era el conocer las variables clave para el éxito de estos destinos con el fin de mejorar el flujo turístico entre ellos.

Dwyer (2000) realiza un estudio en el que compara la competitividad de 19 destinos a través del factor precio y empleando Australia como país de referencia. En el estudio, se comparan *“los precios de un conjunto de bienes y servicios turísticos en una amplia gama de destinos competidores, a través del desarrollo de los índices de competitividad de los precios internacionales”*. Se distinguen los precios relativos a los viajes desde y hacia un destino (gastos de viaje) y los relativos al coste en el destino (Dwyer y Kim, 2000).

Gomezelj (2006) analiza la competitividad de Eslovenia como destino turístico tomando como referencia el modelo de Dwyer y Kim. Realizó el levantamiento de varios instrumentos de recolección de información a distintas entes del sector

turístico. A los participantes se les solicitó calificar cinco destinos competidores jerarquizados de mayor a menor. Su objetivo era identificar los puntos débiles de Eslovenia con relación a otros destinos turístico. Posteriormente, se pedía que de 1 (calificación más baja) a 5 (calificación más alta) se valoraran los 85 indicadores clasificados en seis categorías según el modelo de competitividad turística adaptado de los autores Dwyer y Kim. Los resultados revelaron que la mayoría de los indicadores fueron evaluados por debajo de 4, lo que supone que existen pocos atributos para los que Eslovenia fue calificado por encima de la media (Castrillón, 2011).

Posteriormente Gomerzelj en el 2008 realiza otro estudio donde evalúa la competitividad de Eslovenia a partir del modelo de destino competitivo de Keyser de 1994.

Posteriormente, aplican el Modelo Integrado de competitividad de Dwyer y Kim (2003), puesto en práctica en Corea y Australia, y observan como los factores son evaluados por los agentes turísticos de Eslovenia.

En comparación con sus competidores, los resultados revelaron que el destino Eslovenia es más competitivo en los recursos heredados y en algunos recursos creados (recursos naturales, patrimonio cultural y spas). El estudio también revela que se debe mejorar la gestión en turismo, puesto que resultó uno de los puntos más débiles (Gomezelej, 2008).

En la discusión final del estudio, se hace una comparativa de la aplicación de los modelos y se analizan las debilidades existentes en el desarrollo de modelos de competitividad turística. Determinaron que los factores competitivos de mayor impacto en los modelos turísticos de competitividad se deben de tomar de diversos indicadores de competitividad. Argumentan que la designación, comprensión y colocación de los principales factores determinantes de competitividad que afectan a cualquier destino turístico deberían ser comunes (Khan, 2017).

Por lo tanto, exponen la necesidad de conseguir una mayor unidad en las teorías de competitividad y mayor responsabilidad al establecer los principales factores de competitividad así como los modelos

Sánchez y Fajardo (2004) crean la metodología basada en la *Teoría de Respuesta* a la pregunta para medir la competitividad de 45 municipios. Seleccionaron doce indicadores de competitividad turística, para indagar cuáles de ellos son los causantes de los contrastes en la competitividad de los destinos extremeños, y con ello, poder establecer un ranking de los municipios según el nivel de competitividad. Según los autores, la Teoría Respuesta es una técnica que permite establecer un índice de competitividad de los municipios turísticos y conocer cuáles son los factores determinantes de competitividad de los destinos (Molinar et al, 2008).

El modelo logístico de dos parámetros de Sánchez (2006) enfatiza que el modelo *“propone una metodología para el análisis estadístico de los indicadores dicotómicos de competitividad; diferencia los indicadores según su dificultad; determina su grado de discriminación y permite medir el valor latente de competitividad de los destinos turísticos”*. Pero, la principal debilidad del modelo según Molinar (2008), es que no es estrictamente un modelo de competitividad turística y, además, no tiene en cuenta indicadores de competitividad cuantitativos.

Por último, Garau (2011) propone dos índices en el 2006 para el análisis de la competitividad de los destinos: el Índice de Competitividad de la Demanda (ICDT) y el Índice de Competitividad de la Industria Turística (ICIT). El mismo autor, aplicó el ICDT mediante encuestas a turistas europeos y en los cinco destinos principales del mediterráneo (Península Española, Canarias, Islas Baleares, Francia e Italia).

Por otro lado, se destaca la necesidad de usar el Índice de Competitividad de la Industria Turística debido a que la perspectiva de la oferta turística es esencial

para aumentar la competencia de los destino turístico de toda nación (Garau, 2011 y Khan, 2017).

Los países tendrán que empuñar riesgos para lograr la competitividad, por medio de la multiplicidad de los productos básicos, la formación de fondos de estabilidad, la utilización de políticas tributarias y crediticias y la atracción del capital (Rivero et al, 2004 y Gutiérrez, 2017).

Los esfuerzos más importantes para elevar la competitividad deben efectuarse a nivel de empresa. Sin embargo, la competitividad internacional no se explica exclusivamente a nivel empresarial. Las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; segundo, estar insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones (Crotti, 2017).

Entonces desde el enfoque del turismo, es preciso formular un conjunto de políticas económicas que reflejen un mayor equilibrio entre los mercados y el Estado y están condicionados a su vez por factores situados en el nivel macro (contexto macroeconómico y político-administrativo) y en el nivel meso (Esser, et al., 1996). Es por ello que es fundamental reconocer el papel de ambos, para que la economía funcione y acepten que ese papel pueda cambiar con el tiempo, de acuerdo con la solidez de las instituciones tanto del sector público como del privado; y que asimismo, se refuercen estrategias de desarrollo que apunten al fortalecimiento de la competitividad sistémica del sector turístico empresarial del Municipio de Guaymas, Sonora.

## *2.2. Marco Teórico variables independientes*

La cantidad de variables están estrechamente relacionada a los resultado esperados pero serán sensible a la inclusión de alguna variable irrelevante. En las

variables, se busca que cumplan las siguientes características: medida de distancia / similitud empleada, estandarización por variable, estandarización por encuestado, factorización (se crean los factores previamente de las variables y se realizará la propuesta de fortalecimiento de la competitividad del sector turístico con factores en lugar de con variables), el tipo de escala de medida afectará a fases posteriores del procedimiento (Dumitru, 2016).

Para fines del proyecto de investigación, se identifican cuatro grandes grupos de factores determinantes de la competitividad sistémica, que son: los empresariales, los atributos como destino turístico, los estructurales sistémicos y los de impacto de la sustentabilidad.

### *2.2.1. Teorías y fundamentos teóricos de las variables independientes*

Con relación a indagar en torno al impacto de los factores de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico de la región de Guaymas, Sonora se puede argumentar que es escasa la referencia e investigaciones que se ha hecho a este concepto, por ello, no se han realizado estudios para evaluar el destino turístico, a pesar de ser un elemento básico para conocer con exactitud su posicionamiento con relación a sus principales competidores (Knežević, 2016). Por ello, es importante a fijar como objetivo prioritario de las políticas públicas y privadas del sector la obtención de la competitividad y considerar que los resultados depende crecientemente del entorno en el que se desarrolla.

La medición de la competitividad es subjetiva, lo cual hace compleja su interpretación, ya que existen diversos modelos que se han enfocado a construir indicadores y variables para dar al concepto de la competitividad mayor objetividad (Díaz, 2016).

Dicha complejidad del concepto de la competitividad se debe a que la medición de la misma, se puede aplicar a un amplísimo rango de entidades

económicas, desde una nación, hasta un producto o servicio determinado, pasando por una región, un municipio, un sector económico, una corporación empresarial o una empresa individual (Díaz, 2016).

Ahora bien, las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos: primero, estar en un constante momento de competitividad que las lleve a crear esfuerzos para mejorar sus productos y su eficiencia productiva (nivel micro); segundo, estar insertas en redes sinérgicas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de políticas, servicios e instituciones. Ambos requisitos están condicionados a su vez por factores situados en el nivel macro (contexto macroeconómico y político -administrativo) y en el nivel meso (políticas específicas para la creación de ventajas competitivas) (Esser et al, 1996).

Finalmente, la base referencias para la definición de la Variable Dependiente y su relación con las Variables Independientes, es el modelo teórico económico de la Competitividad Sistémica propuesto por la Institución Alemán de Desarrollo (1994) (Esser et al, 1996).

Existe el conocimiento empírico de que los países industrializados y en vías de industrialización que registraron durante los años ochenta un desarrollo más dinámico y que mejoraron su posición en el ranking de la economía mundial, fueron aquellos que emprendieron una optimización selectiva de la dimensión meso, ubicada entre el contexto macroeconómico y el nivel micro (un ejemplo son los países miembros de la Unión Europea) (Esser et al, 1994) (Instituto Alemán de Desarrollo, 1994).

La competitividad sistémica tiene como premisa la integración social, por ello considera fundamental que las reformas económicas estén acompañadas de un proyecto de transformación de la sociedad (Weidenfeld, 2018).

Para poder determinar las variables independientes, se hizo una búsqueda y análisis teórico de los distintos modelos de competitividad, y con ello se determinó el modelo más adecuado para definir y adaptar las variables independientes que influyen en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del municipio de Guaymas, Sonora.

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

a) Condiciones de los factores productivos. El éxito de la actividad turística depende de un amplio abanico de factores productivos, como la existencia de recursos humanos cualificados, tecnología disponible, condiciones geográficas, localización, el papel del sector público, etc.

b) Condiciones de la demanda. Es obvio que las características de la demanda turística en un destino condicionan el comportamiento del sector empresarial y las estrategias que se han de seguir en cada caso. La segmentación se convierte en este contexto en una herramienta fundamental para crear ventajas competitivas e identificar los cambios que se vayan produciendo en las expectativas de los turistas.

c) Características de los sectores vinculados. La presencia o ausencia de sectores conexos, en sentido horizontal o en sentido vertical, determinarán el grado de desarrollo del sector turístico.

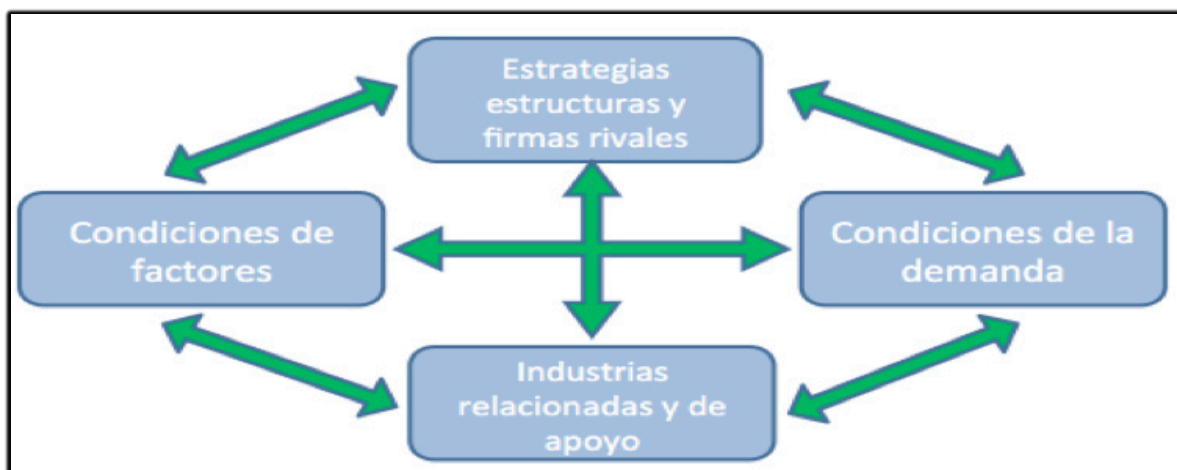
d) Estrategia empresarial. Las características relativas a la estructura del sector turístico y el grado de rivalidad existentes, determinarán la organización y formas de gestión de las empresas, por lo que influirán en el ritmo de desarrollo del sector turístico.

Este modelo, que tiene un contenido más genérico, por lo que es aplicable a diferentes actividades económicas, no sólo a la actividad turística, incide en los



factores microeconómicos que condicionan en la competitividad de un país o región en particular.

**Figura 2. Modelo de la Ventaja Competitiva**



*Fuente: M. Porter (1990). Elaboración propia.*

El *modelo de competitividad de Crouch y Ritchie* que desarrolla en el año de 1999 no es un modelo predictivo ni causal, sino simplemente explicativo. Los elementos de este modelo son los siguientes:

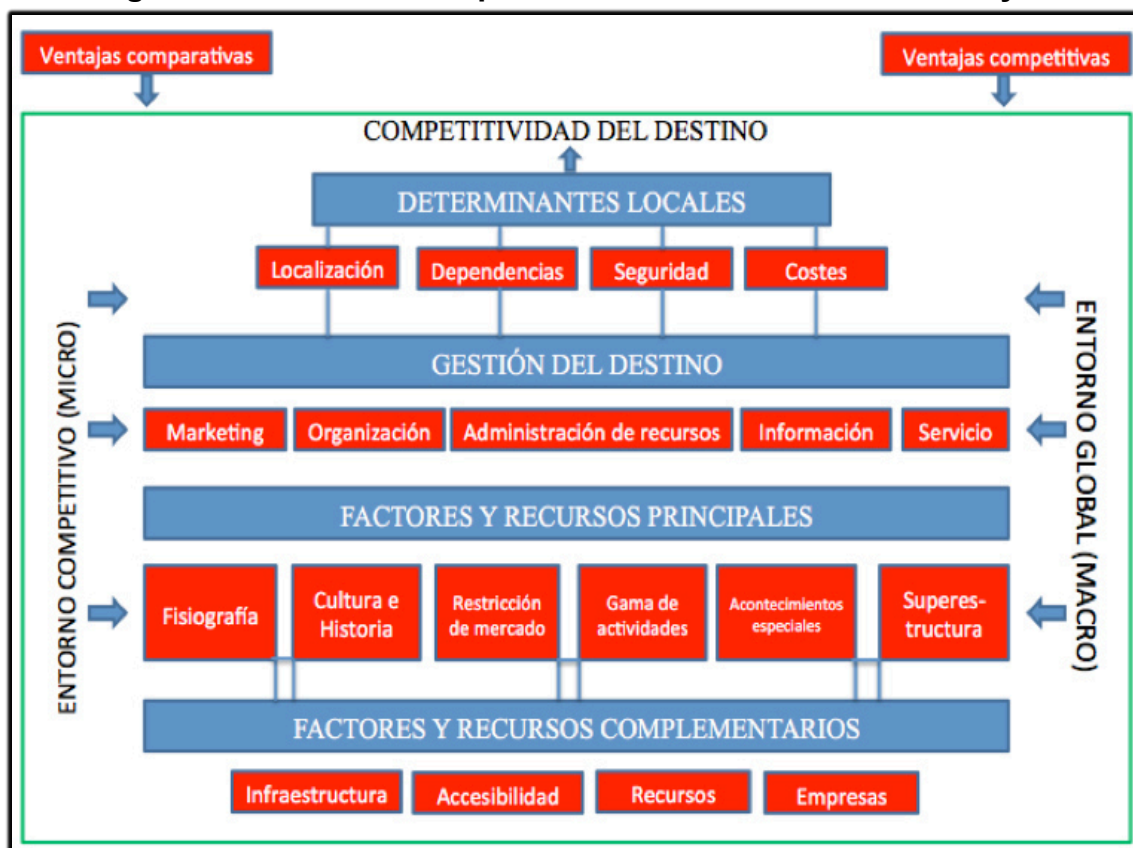
- a) Entorno competitivo (microeconómico): incluye los diferentes agentes que operan en el propio destino turístico, como agencias de viajes, población local, empleados del sector turístico, instituciones financieras, etc.
- b) Entorno competitivo (macroeconómico): hace referencia a grandes fuerzas globales, como la complejidad de la tecnología, cambios demográficos, expansión de la democracia, etc.
- c) Recursos principales y atractivos: este componente recoge todos aquellos recursos que motivan la visita al destino turístico, es decir, aquellos atractivos que hacen que los visitantes prefieran un destino determinado a otros destinos alternativos.
- d) Factores y recursos complementarios: engloba a otros factores secundarios que facilitan que en el destino se desarrolle una industria turística exitosa (infraestructura, servicios básicos, etc.).

e) Gestión del destino: se refiere a aquellas actividades que refuerzan el interés de los recursos principales, que consolidan la efectividad de los recursos y factores complementarios y que logran la mejor adaptación posible a las restricciones del destino turístico.

f) Determinantes de calificación: se refiere a aquellas condiciones locales que afectan a la competencia del destino, puesto que pueden modificarla o mitigarla. Entre estas condiciones se pueden citar, por ejemplo, la localización del destino o el coste de transporte.

De esta forma, basándose en la distinción entre ventaja comparativa y ventaja competitiva, proponen un modelo de corte eminentemente teórico, aunque aplicable de forma específica a la actividad turística.

**Figura 3. Modelo de Competitividad de destinos de Crouch y Ritchie.**

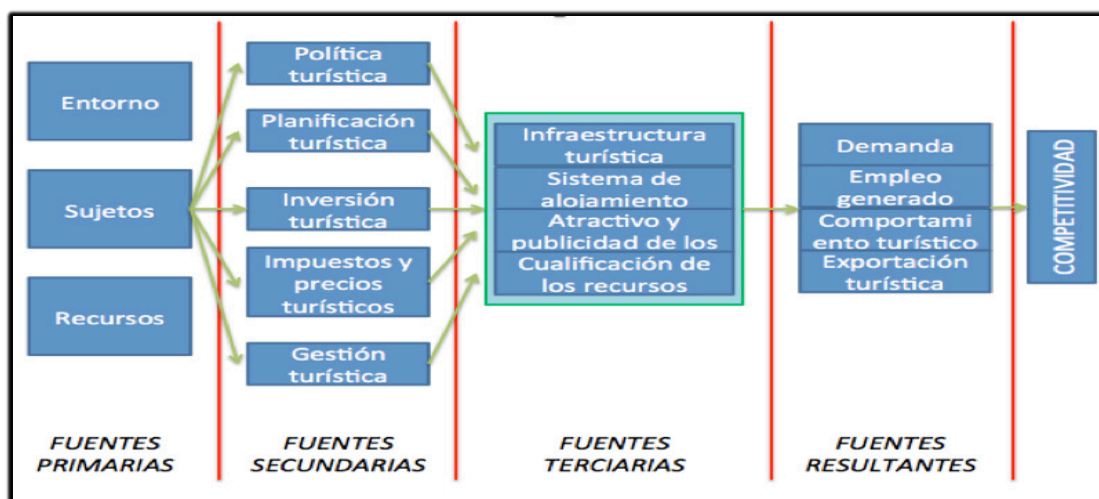


Fuente: Crouch y Ritchie (1999). Elaboración propia.

El *modelo de competitividad de Kim* (2001) considera cuatro fuentes de competitividad. Las fuentes primarias de competitividad están formadas por los sujetos (políticos, empleados, agentes de viajes, etc.), el entorno y los recursos (históricos, culturales y naturales). Las fuentes secundarias engloban la política turística, la planificación y la gestión del destino, las inversiones en el sector, y los impuestos y precios turísticos. Por otra parte, las infraestructuras turísticas, el sistema de alojamiento de los visitantes, el atractivo de los recursos, la publicidad y la cualificación de los recursos humanos del sector configuran lo que Kim denomina fuentes terciarias de competitividad.

Finalmente, las fuentes cuaternarias de competitividad (a las que Kim considera el resultado de las tres fuentes anteriores) hacen referencia a la demanda turística, al empleo generado por el sector, al “comportamiento turístico” (tasas de crecimiento, balanza de pagos del sector, participación del sector en el PNB del país o región, etc.) y a la exportación turística. Estas últimas fuentes de competitividad son el output turístico, que se obtiene a partir de diferentes inputs (productividad del sector), por lo que las mismas son, per se, un indicador directo para la evaluación y la comparación de la competitividad.

**Figura 4. Modelo de Competitividad de Kim.**



Fuente: Kim (2001). Elaboración propia.

El *modelo de competitividad de Dwyer y Kim (2003)* sigue el modelo conceptual anterior, aunque introduce algunas novedades importantes:

a) En primer lugar, los recursos heredados y los recursos creados tienen, cada uno, su propia identidad, al igual que los factores y recursos complementarios. Estos tres factores se agrupan, a su vez, en una estructura superior, debido a que los mismos proporcionan las características que hacen que un destino turístico sea atractivo para los visitantes y las bases sobre las que se asentará una industria turística próspera. Estos tres factores configuran, por tanto, la base de la competencia del destino turístico.

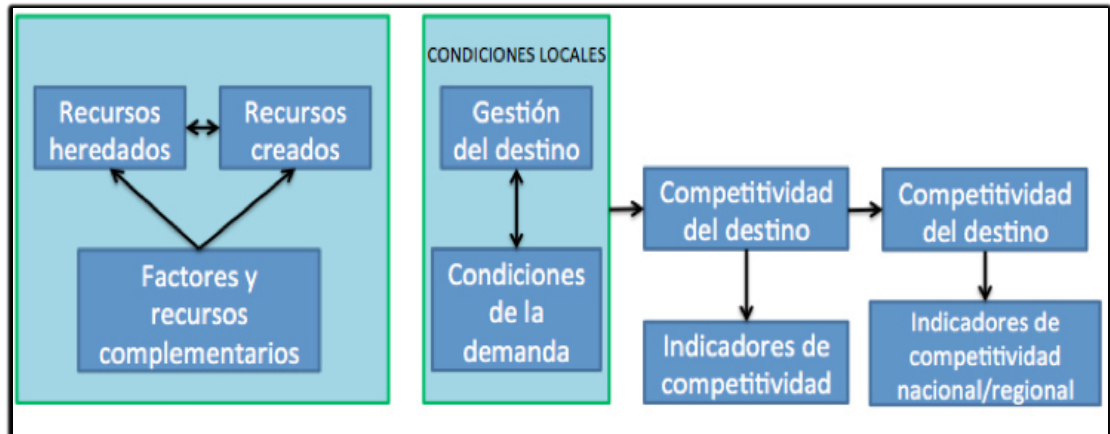
b) Por otra parte, además de la gestión del destino, que ya consideraba el modelo anteriormente expuesto, este considera un apartado especial para las condiciones de la demanda, que incluyen tres elementos esenciales de la demanda turística, a saber: la conciencia turística, la percepción y las preferencias. De esta forma, la gestión del destino y las condiciones de la demanda forman las condiciones locales, que pueden ejercer una influencia positiva o negativa sobre la competitividad.

c) La competencia del destino está influenciada por los determinantes de la competitividad anteriormente comentados, pero, a su vez, influye sobre la prosperidad socioeconómica, en el sentido de que la competencia del destino es, en sí misma, un objetivo intermedio hacia otro objetivo mucho más importante, como es el bienestar socioeconómico de los residentes. Los indicadores de la competencia del destino incluyen tanto atributos subjetivos como atributos determinados objetivamente, mientras que los indicadores de la prosperidad socioeconómica hacen referencia a variables macroeconómicas como los niveles de productividad de la economía, los niveles de empleo agregados, los ingresos per cápita, la tasa de crecimiento económico, etc.

De esta forma, el modelo de Dwyer y Kim (2003) plantea un esquema para

determinar la competitividad de un país como destino turístico, pero aplicable también a regiones, provincias, ciudades, etc.

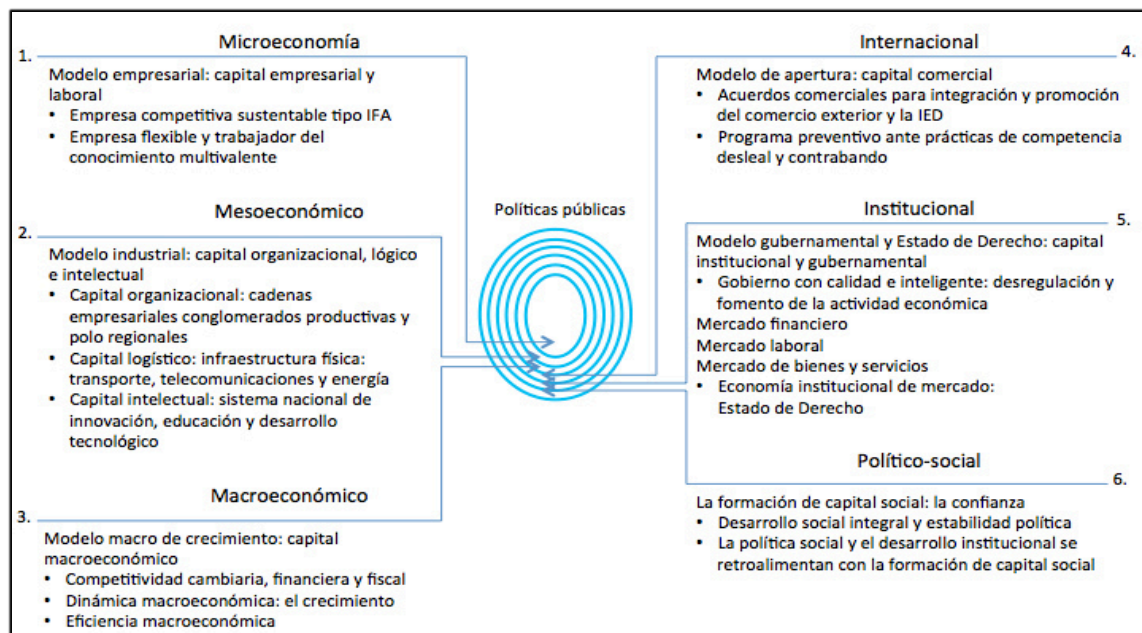
**Figura 5. Modelo de Dwyer y Kim.**



Fuente: Dwyer y Kim (2003). Elaboración propia.

Por otro lado, tenemos el modelo de la competitividad sistémica, que parte de cuatro niveles: Nivel Micro, Nivel Meso, Nivel Macro y el Nivel Meta.

**Figura 6. Modelo de competitividad sistémica.**



Fuente: (Dwyer y Kim, 2005). Elaboración propia.

Con base en estos modelo, se puede determinar que el concepto de la competitividad de las empresas del sector turístico, que es escasa la referencia que se ha hecho a este concepto hasta hace pocos años, a la hora de evaluar un destino turístico, a pesar de ser un elemento básico para conocer con exactitud su posicionamiento con relación a sus principales competidores.

Sin embargo, conforme han ido apareciendo nuevos competidores y se ha ido creando un escenario de competencia hostil, las distintas administraciones encargadas de velar por el desarrollo de la actividad turística han comenzado a fijar como objetivo prioritario de las políticas públicas la consecución de la competitividad y las empresas empiezan a asumir que su negocio va más allá de su cuenta de resultados y depende crecientemente del entorno en el que se desarrolla (Cárdenas, 2011).

El más importante de los elementos que aseguran la coordinación en los cuatro niveles de la competitividad sistémica, es la disposición al desarrollo de un trabajo de redes entre los actores, y esto permitirá la integración de esfuerzos y aprovechar las oportunidades que se presente a nivel de sociedad (Inchausti, 2018).

Sin embargo, esto debe de estar acompañado de políticas estructurales que marquen la base teórica-práctica para definir las acciones e iniciativas estratégicas para el desarrollo y fortalecimiento de la competitividad del sector turístico (Orantes, 2016).

La generación y aplicación del estado del arte, es fundamental para el desarrollo de ecosistemas de innovación que permitan crear las áreas estratégicas y los proyectos específicos que permitan el definir las actividades del diario y su medición con relación a los resultados esperados con base en la integración de la competitividad sistémica (Knežević, 2016).

La aplicación del modelo teórico de la competitividad sistémica permite fortalecer las ventajas nacionales de innovación y poner en marcha procesos sociales de aprendizaje y comunicación (Dumitru, 2016).

Los debates y discusión con un análisis crítico constructivo, fundamentan la disposición para implementar una estrategia de largo plazo con vista a un desarrollo tecnológico orientado a la competitividad (Dumitru, 2016).

Por su lado, la capacidad competitiva exige una elevada capacidad de organización, cooperación y gestión por parte de los actores, que deben procurar finalmente una gestión sistémica que abarque a la sociedad en su conjunto (Esser et al, 1994).

En conclusión, los factores empresariales y sistémicos tienen una incidencia de tipo horizontal: esto es, presentan un carácter más genérico en la forma e intensidad como afectan la competitividad de los diferentes sectores industriales. En contraste, los factores estructurales tienen un carácter sectorial específico, afectando más directamente las especificidades que presenta cada rama de la producción o grupo de sectores similares.

Para poder analizar y definir las variables independientes y su impacto con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora; a efecto de establecer una propuestas de un modelo integral de turismo; se hizo un razonamiento de los diversos modelos de competitividad que Porter (1990), Crouch y Ritchie (1999), Kim (2001), Dwyer y Kim (2003) y el modelo de la competitividad sistémica de Esser, del Instituto Alemán para el Desarrollo (1996).

Por todo ello y después de una revisión literaria de dichos modelos, se identificaron y adaptaron para fines del estudio los siguientes factores que influyen en

*el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.*

**Factor de competencia de las empresas turísticas (CET).** Se posiciona en el nivel micro de la competitividad sistémica y se define como la capacidad y velocidad de las empresas del sector turístico para dar respuesta al cambio apoyadas en trabajadores del conocimiento multivalente o multihabilidades, que permitan formar el capital intelectual de aprendizaje e innovación continuos de dichas empresa y con ello dar valor a los servicios ofertados (Villarreal, 2001, 2017).

**Factor de competencia del destino turístico (CDT).** Dicho factor, esta a un nivel combinado meso y macro, el cual se identifica como la capacidad de gestión, agrupamiento, de alianzas y proyectos en específico de impacto directo tanto para las empresas del sector turístico de Guaymas, Sonora y como para su destino turístico.

Se tomará la definición de competencia de un destino turístico de Ritchie y Crouch (2003), que mencionan que es: “La capacidad para incrementar el gasto turístico, para atraer visitantes de forma creciente, a la vez que se les proporciona experiencias satisfactorias y se realiza de una forma beneficiosa, mientras que se garantiza el bienestar de la población residente y se preserva el capital natural del destino para las generaciones futuras”.

**Factor de políticas públicas turísticas (PPT).** Es el tercer grupo de factores que afectan la competitividad sistémica es el sistema público. Estos constituyen externalidades para la empresa y, por tanto, la posibilidad de intervenir individualmente sobre ellos es escasa o casi que ninguna.

Estos factores son diverso, pero para fines de la variable dependiente, se hace referencia a las políticas públicas y apoyos existente y dirigidos al sector turístico a nivel municipal y estatal.



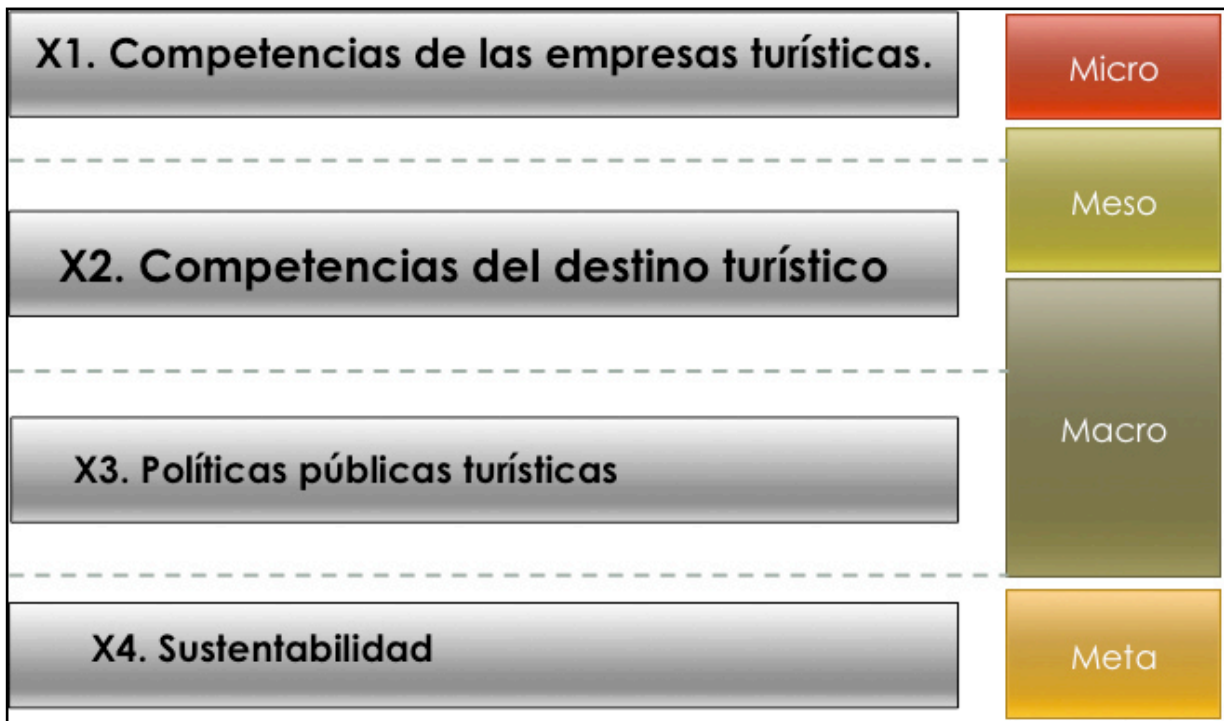
Estas consideraciones generales implican que el análisis de la competitividad debe tener en cuenta simultáneamente tanto los procesos internos a la empresa y a la industria como las condiciones económicas e institucionales del ambiente productivo (Booyens, 2016).

Se define como al “modelo de gestión gubernamental y el estado de derecho que son determinantes del entorno de la competitividad de las empresas” (Esser et al, 1996).

Dicha variable, se le puede definir como la capacidad de parte de la sociedad para generar confianza a los programas de gobierno y a las políticas públicas, pero además consiste en el nivel de cultura turística con la que cuenta la población, incluye la participación de las empresas en la economía local, en el fortalecimiento social y en programas de cuidado del medio ambiente (Esser et al, 1996), (Villarreal, 2001, 2017).

**Factor de la Sustentabilidad (SUS).** Que hace énfasis a los programas de fomento y crecimiento económico, al desarrollo social de los involucrados en el turismo, y la protección del medio ambiente y uso racional de los recursos naturales y culturales. Dicho factor está a un nivel Meta según la adaptación realizada al modelo de la competitividad sistémica para el turismo del Municipio de Guaymas, Sonora.

**Figura 7. Competitividad Sistémica Turística**



*Adaptación con base el modelo de la competitividad sistémica de Esser et al (1996). Elaboración propia.*

El concepto de competitividad sistémica constituye un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo (Varisco, 2009).

La diferenciación entre los cuatro niveles analíticos distintos mencionados anteriormente (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores tales como la capacidad de una sociedad y el Estado para la integración y la estrategia, mientras que en el nivel meso se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel micro de la empresa. Esto se describe de manera específica y detallada en el siguiente tema del presente estudio (Esser et al, 1996).

## **CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

Ante el creciente interés por abordar temas relacionados con factores asociados a la competitividad de las empresas y los sectores, se hace necesario llevar a cabo investigaciones con el propósito de conocer el impacto de diversas variables en el rendimiento de las empresas con relación a sus competitividad, con el propósito de planear estrategias que impacten favorablemente en los resultados deseados.

Por ello, para evaluar las probabilidades de ocurrencia de un fenómeno, generalmente se proponen hipótesis a manera de modelos matemáticos. Además, la estadística en las investigaciones de corte cuantitativos, son importantes para aporta sustento a las conclusiones, fortalecer la credibilidad de los resultados, aceptar o rechazar la relación entre las variables en un estudio, y con ello, permitir la toma de decisiones con fundamento y evita subjetividades.

En el presente capítulo se describe el diseño de la investigación donde se menciona el tipo de investigación, diseño, técnicas, la elaboración de la encuesta y determinación de la muestra. Además, se hace una descripción de cómo esta conformado el instrumento de recolección de datos y su validación.

En la descripción de la selección de la muestra, se define la unidad de medida a estudiar y se someten los resultados a la comprobación de las hipótesis construyendo el modelo teórico.

### *3.1. Tipo y diseño de la investigación*

#### *3.1.1. Tipo de investigación*

La técnica para la comprobación de hipótesis es la de la metodología cuantitativa no experimental con componente de la inferencia estadística no paramétrica, ya que se plantea la validación de la hipótesis a través del muestreo

probabilístico, predictivo y explicativo en donde no se modifica el objeto de estudio, y tampoco la relación entre las variables independientes con la variable dependiente.

En la hipótesis de trabajo se describen los elementos tales como: sujeto de estudio, la variable dependiente y su correlación con las variables independientes que permite su explicación. Dicha correlación se justifica de la teoría de la competitividad sistémica.

Para determinar la hipótesis de trabajo, se procedió a hacer una descripción del problema definiéndolo y delimitándolo con todos sus características y circunstancias que lo conforman.

En las técnicas se incluyeron aspectos tales como: la indagación detallada del problema, la selección de marco teórico pertinente, registro de información a través de sistemas como SPSS Versión 21 para MAC; finalmente, se organizó la información corroborando el cumplimiento de objetivos y la comprobación de la hipótesis nula por medio del análisis inferencial utilizando los modelos estadísticos de: Chi-Cuadrado, Logit y Probit.

Para poder confirmar empíricamente la hipótesis se utilizó el método estadístico descriptivo con el fin de simplificar la información bajo la estadística no paramétrica, y se aplica un análisis exploratorio para determinar las *medidas de posición* para determinar la Media, Mediana, Moda, la Asimetría y la Curtosis.

Para la relación de variables, se procedió a determinar los supuestos de Linealidad, Normalidad, Multicolinealidad, Heteroscedasticidad y Autocorrelación; sin embargo, se detecta la violación de la Heteroscedasticidad y no se presenta homocedasticidad, y con ello se decide aplicar los modelos estadísticos no paramétrico como la *Chi-cuadrado* para determinar la *correlación entre variables*, el *modelo Logit* Josep Berkson generado en 1944 (Berson, 1950) que permitió *explicar* dicha relación al momento de detectar la existencia de la misma, y el *modelo Probit*

de Chester Ittner Bliss (Bliss, 1934) que permitió determinar la *predicción* de impacto de las variables independientes sobre la variable dependiente.

Para el caso del modelo Probit en el lenguaje de la estadística se dice que se debe de observar una “covariación” entre las dos variables, es decir, cuando se modifica una, la otra también (Corbetta, 2007)

En concreto, para la prueba de hipótesis se utilizó la prueba estadística bajo el modelo relacional, y como se menciona anteriormente, con un nivel intervalar, donde se hace el análisis no paramétricos, ya que el instrumento esta diseñado para recolectar la percepción del sujeto de estudio sobre la variable observada a través de la escalas ordinales (Díaz, 2013).

### *3.1.2. Diseño de la Investigación*

El desarrollo del conocimiento es un proceso amplio y complejo que requiere una concepción multidimensional para su completo entendimiento. En ese sentido, los factores que influyen en su logro son múltiples y variados, cuyo abordaje se ha hecho desde diversos enfoques y visiones teóricas.

Se asume que el territorio de un destino turístico es un espacio en el que interactúan diversos agentes, tanto empresariales, sociales, ambientales, así como institucionales públicas (Gutiérrez, 2017). Dichas interrelaciones son una condición para el desarrollo de la presente investigación.

El desarrollo de la propuesta incidirá en analizar el impacto de los factores que influyen y afectan la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico de la región del Municipio de Guaymas, Sonora; a efecto de dar respuesta para la puesta en marcha de una propuesta que promueva la competitividad sistémica de dichas empresas.

El diseño de la investigación será no experimental, ya que no habrá manipulación de la variable independiente. El nivel de medición será “intervalar”, es decir, los datos recolectados serán numéricos de utilidad aleatoria, y representarán un valor preciso de percepción a la variable dependiente.

En la investigación no se construye situaciones, sino se observa el fenómeno estudiado y su acción existente. Se verifica la ocurrencia de las variables independientes sin su manipulación, ni control sobre ellas.

El diseño de la investigación tendrá base en el método científico de corte cuantitativo, a un nivel comprobatorio-explicativo; y la unidad de medida son el personal de nivel gerencial de las empresas de servicios turísticos del municipio de Guaymas, Sonora. Para evaluar la probabilidad de error, se proponen hipótesis específicas a manera de traducirlas en el modelo matemático.

### *3.2. Métodos de recolección de datos*

#### *3.2.1. Elaboración del instrumento*

Para el diseño del instrumento de recolección de datos, se procedió a cuantificar las dimensiones y se definieron los ítems de cada una, con las cuales se construyó el instrumento.

Para la validación del instrumento, se aplicó a una muestra piloto de 21 sujetos y con los resultados, se determinaron la fiabilidad del mismo a través del Alpha de Cronbach.

Se diseñaron dos instrumentos, y con cada uno se aplicó a una muestra piloto de 21 casos (sujetos) con el fin de mejorar la fiabilidad del mismo. Al final, se diseñó un instrumento final con la validación del director de tesis.

El instrumento esta conformado de la siguiente manera:

Cuenta con 42 reactivos, los cuales están clasificados en datos generales y reactivos que miden las variables independientes y la variable dependiente. La escala es Likert con 5 niveles: 1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4= De acuerdo y 5= Totalmente de acuerdo. En el lenguaje de la estadística inferencial no paramétricas se dice que se debe de observar una “relación” entre las dos variables, es decir, cuando se modifica una, la otra también (Corbetta, 2007).

Sin embargo, los modelos Probit y Logit son modelos utilizados cuando hay Respuestas Cualitativas (RC), y la variable dependiente es discreta 1 y 0, tomando los valores según la escala de Likert del instrumento diseñado para la presente investigación, se tiene que: **1** es igual a 4=De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo y **0** representó el valor de escala de Likert de 3= Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 2=En desacuerdo y 1=Totalmente en desacuerdo.

La estructura del instrumento esta conformado por una explicación del objetivo de la investigación, datos generales, instrucciones de llenado, 5 categorías que conforman las cinco variables del modelo conceptual: categoría 1. Competencia del destino turístico, categoría 2. Políticas públicas en turismo, categoría 3. Competencia de las empresas turísticas, categoría 4. Sustentabilidad/responsabilidad social y categoría 5. Competitividad sistémica. (Ver anexo 1)

### *3.2.2. Operacionalización de las variables de la hipótesis*

Para esquematizar la correlación entre las variables independientes sobre la variable dependiente, realizando la operacionalización de las mismas.

Como se menciona anteriormente, la investigación es de corte no experimental y se toma la técnica de investigación transeccional, ya que se recolectará datos en un solo momento.

El propósito es comprobar la correlación, su predicción y explicación entre variables, por ello, se utiliza la técnica de modelo estadístico no paramétrico de la Chi Cuadrado, modelo de Probit y Logit, ya que se describen relaciones entre cuatro variables independientes (X) y una dependiente (Y) por medio de recolección de la percepción.

Por tanto, la presente investigación se limita a establecer y comprobar las relaciones, explicación y predicción entre las variables, con el fin de fundamentar el planteamiento del problema y la validación o rechazo de las hipótesis nulas y alternativa.

Para las variable X1 “competencias de las empresas turísticas” se determinaron cuatro dimensiones: capital organizacional, capital logístico, capital intelectual y de atención, y la dimensión de capacidad de atención.

Para la variable X2: “competencias del destino turístico” se construyen cinco dimensiones: infraestructura general que contempla la seguridad del destino y la planeación urbana del mismo, así como la dimensión denominada como accesibilidad, servicios y equipamiento turístico, atractivos turísticos y productos turísticos.

En la variable X3: “políticas públicas turísticas”, se definen tres dimensiones: estructura del gobierno para apoyo al turismo, fomento turístico, investigación.

Finalmente para la X4: “sustentabilidad”, se determinan tres dimensiones: economía local, programas sociales y programas de medio ambiente.



**Tabla 4. Variables de investigación y constructo de medición**

<b>Variable</b>	<b>Constructos</b>	<b>Unidad de medición</b>
X1. Competencias de las empresas turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital organizacional</li> <li>• Capital logístico</li> <li>• Capital intelectual y de atención</li> <li>• Capacidad de atención</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en agrupaciones</li> <li>• Logística en transporte y telecomunicaciones</li> <li>• Atención al turista</li> <li>• Incremento de empresas turísticas</li> </ul>
X2. Competencias del destino turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura general</li> <li>• Accesibilidad</li> <li>• Servicios y equipamiento turístico</li> <li>• Atractivos turísticos</li> <li>• Productos turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad</li> <li>• Planeación urbana</li> <li>• Accesibilidad al destino</li> <li>• Equipamiento turístico</li> <li>• Atractivos naturales, culturales.</li> <li>• Actividades turísticas</li> <li>• Promoción y comercialización</li> </ul>
X3. Políticas públicas turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura del gobierno para apoyo al turismo</li> <li>• Fomento turístico</li> <li>• Investigación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funcionalidad de la estructura</li> <li>• Programas de fomento</li> <li>• Centros de investigación</li> <li>• Asociaciones públicas y privadas de soporte al turismo</li> </ul>
X4. Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economía local</li> <li>• Programas sociales</li> <li>• Programas de medio ambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de empleos</li> <li>• Protección de recursos culturales-ambientales</li> <li>• Promoción de las tradiciones y costumbres como recurso turístico de valor</li> <li>• Programas ambientales</li> </ul>
Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productividad empresarial</li> <li>• Rentabilidad de las empresas turísticas</li> <li>• Innovación de las empresas turísticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de las empresas para ofrecer los servicios turísticos</li> <li>• Oferta permanente de productos turísticos</li> <li>• Posicionamiento en el mercado</li> <li>• Captación de cuota de mercado turístico</li> <li>• Uso de TIC'S para innovar</li> <li>• Certificaciones, distintivos y acreditaciones</li> </ul>

*Fuente: Khan, 2017 y Pulido, 2016. Elaboración propia.*

### 3.3. Población, marco muestral y muestra

#### 3.3.1. Tamaño de la muestra

Para determinar importantes conclusiones o inferencias validas en la presente investigación, la muestra reúne los siguientes requisitos: es representativa, ya que la

muestra presenta la mismas características y cualidades; y el número de elementos de la muestra es suficiente para evitar errores que son generados por la heterogeneidad de la información y su gran tamaño de dispersión (Mercado, 2008).

El tipo de muestreo fue probabilístico de utilidad aleatoria estratificada, ya que se agruparon en categorías típicas que poseen gran homogeneidad respecto al giro y servicio turístico que ofrecen los sujetos de estudio; y de cada segmento de empresas, se selecciona la muestra a través del muestreo por asar.

Por lo tanto, el estudio esta dentro del universo de sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora, la unidad de medida fueron todas las empresas prestadoras de servicios turísticos, las cuales suman una población total de 84 empresas registrados en la Dirección Municipal de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Guaymas, Sonora, quedando una muestra de 69 empresas, con un error de estimación del 5% y un coeficiente de confianza de 1.96=95%.

Para la determinación de la muestra, se utilizó la formula empírica de Fischer (2000) para poblaciones menores de 500,000 elementos:

$$n = \frac{K^2 Npq}{e^2 (N-1) + K^2 pq}$$

$\delta$ = Coeficiente de confianza

N= Universo o población

p= Población a favor

q= Población en contra

e= Error de estimación

n= Tamaño de la muestra

Universo: Sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

Unidad de medida:  
Empresas Prestadoras de  
servicios turísticos= 84  
sujetos.

Muestra:  
68  
sujetos.

**Tabla 5. Determinación de la Muestra**

	Datos	Conversión
N	84	Elementos del universo
p	50%	0.50
q	50%	0.50
Confianza	95%	1.96
e	5%	0.05
n	<b>68</b>	Elementos de la muestra

Elaboración propia

### 3.4. Matriz de congruencia

**Tabla 6. Matriz de congruencia**

<b>Objetivos</b>	<b>Planteamiento del Problema</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>	<b>Operacionalización de las variables</b>
1. Determinar el impacto del factor de competencias de las empresas turísticas, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	1. ¿Cómo impacta el factor de “competencias de las empresas turísticas”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?	H1. El factor de “competencias de las empresas turísticas”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio Guaymas, Sonora.	X1. Competencias de las empresas turísticas  X2. Competencias del destino turístico.  X3. Políticas públicas turísticas	X1: Y. La competencias de las empresas turísticas impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.  X2: Y. La competencias del destino turístico impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
2. Determinar el impacto del factor de competencias del destino turístico, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	2. ¿Cómo impacta el factor de “competencias del destino turístico”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?	H2. El factor de “competencias del destino turístico”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio Guaymas, Sonora.	X4. Factor de sustentabilidad  Variable dependiente:  Y. El fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora	X3: Y La políticas públicas turísticas impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
3. Determinar el impacto del factor de políticas públicas turísticas, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	3. ¿Cómo impacta el factor de “políticas públicas turísticas”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?	H3. El factor de “políticas públicas turísticas”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio Guaymas, Sonora.		X4: Y El Factor de sustentabilidad impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.
3. Determinar el impacto del factor de políticas públicas turísticas, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	4. ¿Cómo impacta el factor de “sustentabilidad”, con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?	H4. El factor de “sustentabilidad”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del		

---

de Guaymas,  
Sonora.

Municipio  
Guaymas,  
Sonora.

4. Determinar el  
impacto del  
factor de la  
sustentabilidad,  
con respecto al  
fortalecimiento  
de la  
competitividad  
sistémica de las  
empresas del  
sector turístico  
del Municipio  
de Guaymas,  
Sonora.

---

*Elaboración propia.*

## **CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

El presente capítulo esta conformado por la descripción de resultados de la estadística inferencial realizada en una muestra de 68 empresas prestadoras de servicios turísticos del Municipio de Guaymas, Sonora, con el fin de aceptar o rechazar las hipótesis de la investigación.

Después de levantar las encuestas a los gerentes y/o propietarios de las 68 empresa prestadoras de servicios turísticos, se generó la base de datos utilizando el programa estadístico e informático conocido como “SPSS” en sus siglas en ingles que significa Statistical Product and Service Solutions creado por la empresa IBM (Versión 21) para Mac. Con la ayuda de dicho programa, se generaron los estadísticos de la siguiente manera.

Para la validez del instrumento, se revisó la base de datos con las respuestas para verificar y/o detectar errores en la captura o en la base de datos, que pudiera afectar los resultados. Se verificó la confiabilidad del instrumento con una prueba piloto de 21 casos, lo cual permitió mejorar el diseño de los Items y su conformación, de tal manera que aumento la confiabilidad de la encuesta.

Se recolectarón los datos, lo cual en el presente capítulo se presentan las estadísticas descriptivas, el análisis exploratorio donde se presenta la asimetría y la curtosis como fase inicial de los resultados a esperar; asimismo, se realiza la estadística inferencial por medio del método comprobatorio y probalístico a través de los modelos de la Chi Cuadrado, modelo Logit y Probit, lo cual permitió la comprobación de las hipótesis de estudio.

### *4.1. Prueba piloto*

En ésta parte de la investigación se explican los resultados que se obtuvieron en la prueba piloto realizada durante el desarrollo del presente estudio. Con el

objetivo de fortalecer el instrumento de medición se modificaron las dimensiones de cada variables que conforman el instrumento, obteniéndose los siguientes resultados.

En la prueba piloto se instrumentó un cuestionario aplicado a 21 empresas del sector turístico, dicho cuestionario se estructuro por seis apartados, el primero con datos para recolectar las estadísticas descriptivas y las cinco siguientes conformadas por la variable dependiente e independientes.

Con los resultados obtenidos de las pruebas piloto se elaboró un instrumento de medición final, el cual se describe en la siguiente tabla los resultados del Alpha de Cronbach que permitió tener un coeficiente que midiera la fiabilidad del instrumento y sus escalas de medición.

**Tabla 7. Alpha de Cronbach de prueba piloto**

Variable	Ítems de inicio	Ítems al final	Alpha de Cronbach
X1. Competencia de las empresas turísticas	12	9	0.810
X2: Competencia del destino turístico	7	6	0.825
X3: Políticas públicas turísticas	6	4	0.783
X4: Sustentabilidad	5	3	0.784
Y: El fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio Guaymas, Sonora.	10	7	0.824

*Elaboración propia.*

A fin de validar el instrumento en la prueba piloto a 21 sujetos, los resultados permitieron eliminar algunas preguntas y rediseñar e incluir otras preguntas. Finalmente, en la prueba piloto se corrieron modelos estadísticos inferenciales, tales como la Regresión Lineal Múltiple para tener un primer acercamiento de la comprobación de hipótesis de investigación.

Para determinar una buena fiabilidad de los ítems de un instrumento, se debe de obtener un Alpha de Cronbach lo más cercano a 1. Por ello, se determinó que un 0.7 es aceptable para fines del presente estudio.

#### 4.2. Resultados finales

En la recolección de datos de la muestra de 68 encuestas realizadas a gerentes y/o propietarios de las diferentes empresas del sector turístico de Guaymas, Sonora; se obtuvieron los siguientes resultados de confiabilidad y validez del instrumento.

**Tabla 8. Resumen de Alpha de Cronbach final**

Variable	Alpha de Cronbach
X1. Competencia de las empresas turísticas	0.753
X2: Competencia del destino turístico	0.810
X3: Políticas públicas turísticas	0.892
X4: Sustentabilidad	0.912
<b>Y: El fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio Guaymas, Sonora.</b>	<b>0.937/</b>

*Elaboración propia.*

Para el caso de la variable dependiente **Y: Fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora**; se obtuvo un resultado de 0.937, lo cual no se requirió eliminar algún elemento.

**Tabla 9. Fiabilidad Variable Dependiente Y.**

Variable	Alpha de Cronbach
Capacidad empresarial	0.923
Posicionamiento de producto	0.923
Cuota de mercado	0.928
Proceso de productos turísticos	0.936
Oferta permanente	0.918
Uso de TIC'S	0.922
Certificaciones, acreditaciones y distintivos	0.943

*Elaboración propia.*



Para la variable independiente **X1. Competencia de las empresas turísticas**, se obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.753 lo cual está dentro de lo permitido, y se determinó no eliminar ningún elemento por la importancia teórica de cada uno.

**Tabla 10. Fiabilidad de Variable Independiente X1.**

Variable	Alpha de Cronbach
Participaciones en agrupaciones	0.742
Relaciones empresa-gobierno	0.731
Alianzas estratégicas	0.725
Atención al turista	0.706
Diseño de productos turísticos	0.700
Operación integrada	0.689
Trabajo en conjunto	0.764
Incremento de oferta turística	0.748
Logística en transporte y telecomunicación	0.766

*Elaboración propia.*

Para la Variable Independiente **X2. Competencia del destino turístico**, arrojó un Alpha de Cronbach de: 0.810, lo cual es un resultado aceptable y por ello, no se eliminó ningún elemento.

**Tabla 11. Fiabilidad de Variable Independiente X2.**

Variable	Alpha de Cronbach
Seguridad pública	0.719
Planeación urbana	0.783
Accesibilidad	0.767
Equipamiento turístico	0.770
Producto turístico	0.763
Promoción y comercialización	0.878

*Elaboración propia.*

En el caso de la Variable Independiente **X3. Políticas públicas turísticas** se obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.892. Asimismo por la importancia de los elementos, no se discriminó ninguno.

**Tabla 12. Fiabilidad de Variable Independiente X3.**

Variable	Alpha de Cronbach
Funcionalidad de la estructura de gobierno	0.920
Programa de fomento	0.826
Existencia de centros de investigación especializados en turismo	0.847
Participación de asociaciones públicas y privadas	0.863

*Elaboración propia.*

Finalmente, para la Variable Independiente **X4. Sustentabilidad** no se eliminaron elementos, ya que se presentó el mismo caso de que se obtuvo un Alpha de Cronbach alto: 0.912.

**Tabla 13. Fiabilidad de Variable Independiente X4.**

Variable	Alpha de Cronbach
Economía local	0.883
Programas sociales	0.870
Medio ambiente	0.868

*Elaboración propia.*

#### *4.2.1. Estadísticas descriptivas*

De acuerdo a los datos recolectados, se pudo determinar que el mayor porcentaje de establecimientos que existen en el sector turístico de Guaymas, son restaurantes con un 56% y hospedaje con un 25%. Sin embargo, se carece de poca oferta de actividades recreativas y entretenimiento haciendo el estancia de visitantes y turistas en el lugar sea corta.

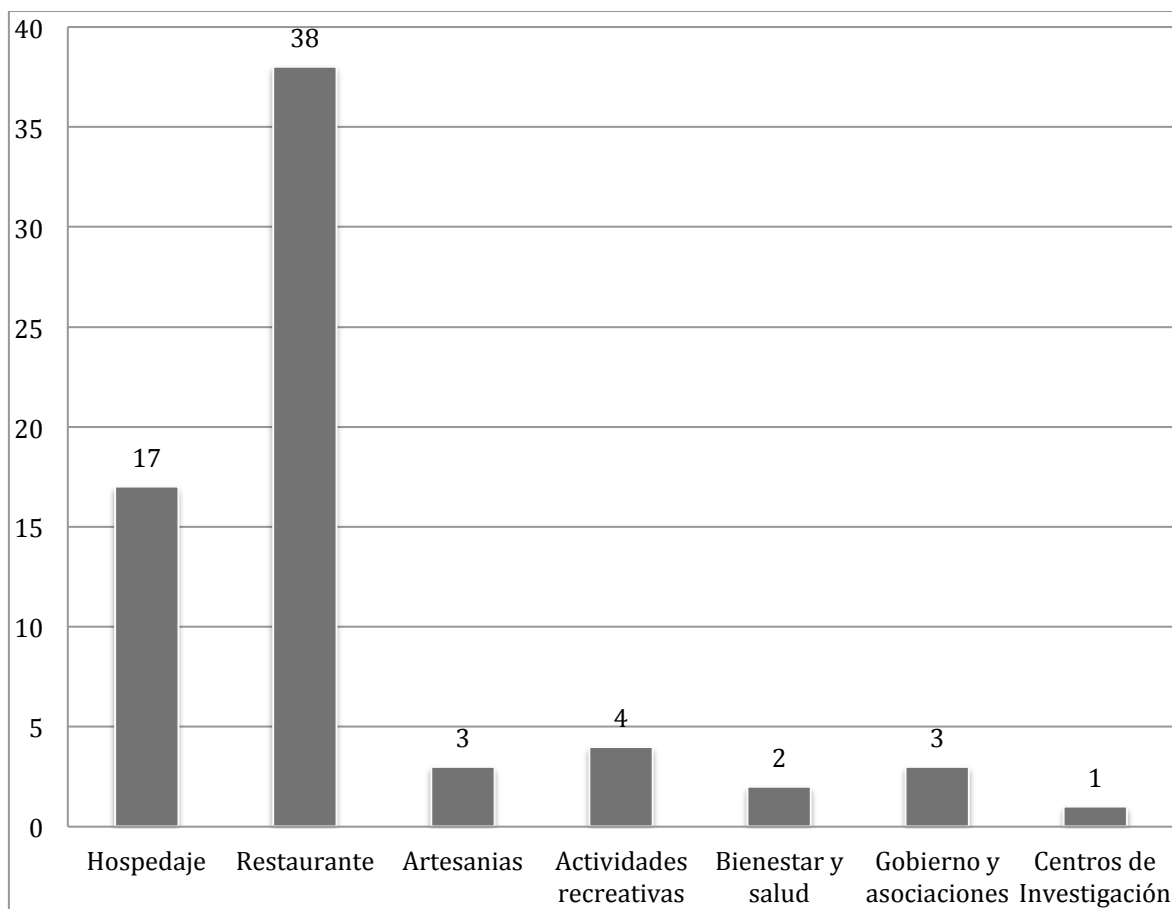
Además, se puede resaltar que hay poca investigación, ya que solo se detectó un centro de investigación dedicado a recolectar datos objetivos sobre el sector turístico de la zona.

**Tabla 14. Giro de empresas turísticas**

Giro	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	17	25
Restaurante	38	55.9
Artesanías	3	4.4
Actividades recreativas	4	5.9
Bienestar y salud	2	2.9
Gobierno y asociaciones	3	4.4
Centros de investigación	1	1.5

*Elaboración propia.*

**Figura 8. Giro de empresa turística**



*Elaboración propia.*

En la selección de la muestra, se buscó que existiera una distribución casi de la media según la ubicación. Esto, se debió a que el destino turístico por naturaleza del Municipio de Guaymas, es la comisaría llamada San Carlos Nuevo Guaymas; sin

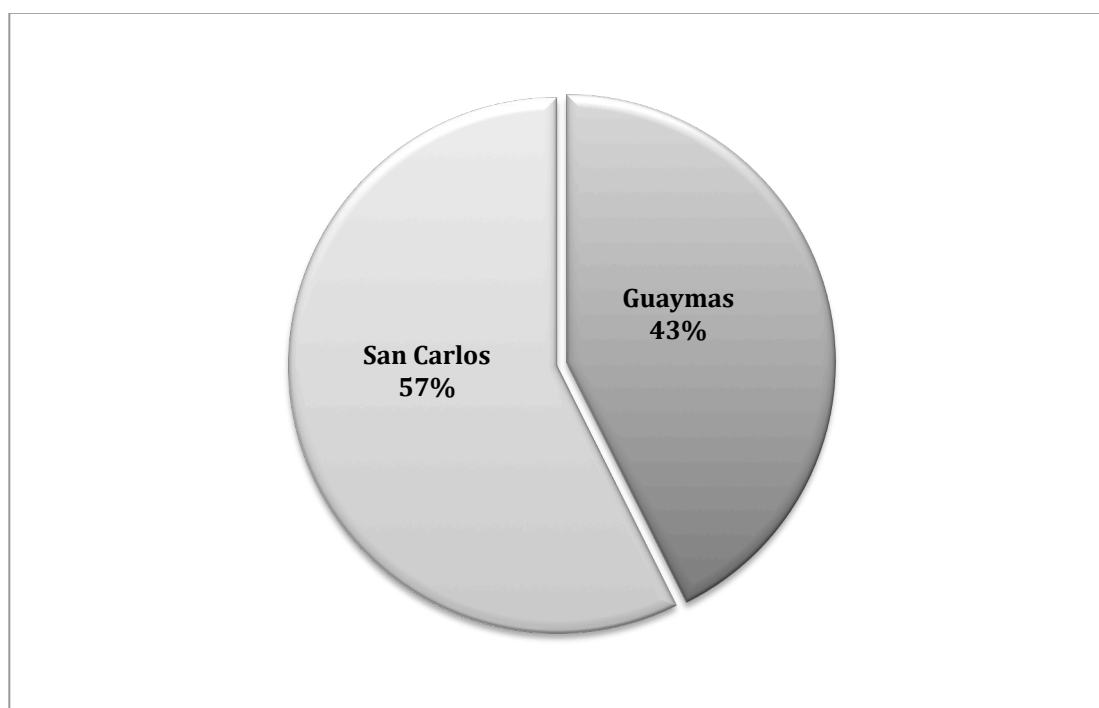
embargo, se tomó un porcentaje del 43% de empresas ubicadas en la ciudad de Guaymas, ya que muchos visitantes utilizan los servicios de diversas empresas turísticas ubicadas en dicha zona.

**Tabla 15. Ubicación de las empresas turísticas**

Ubicación	Frecuencia	Porcentaje
Ciudad de Guaymas	29	43
San Carlos Nuevo Guaymas	39	57

*Elaboración propia.*

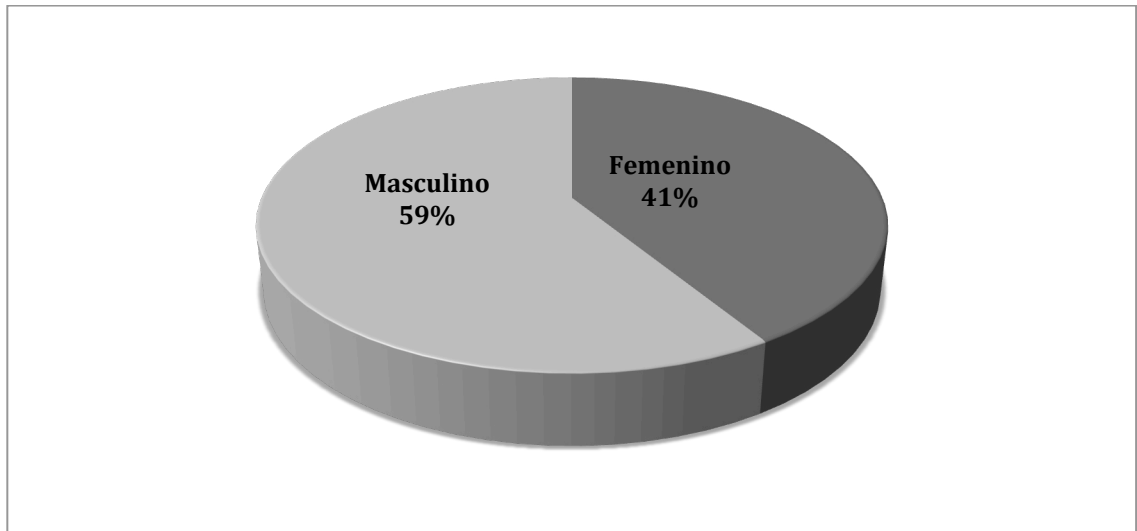
**Figura 9. Ubicación de las empresas turísticas**



*Elaboración propia.*

De la muestra de 68 sujetos, el 59% fueron hombres y el 41% mujeres. Esto refleja que cada día se van incorporando las mujeres en puestos de alta gerencia y/o como propietarias de empresas en el sector turísticos del Municipio.

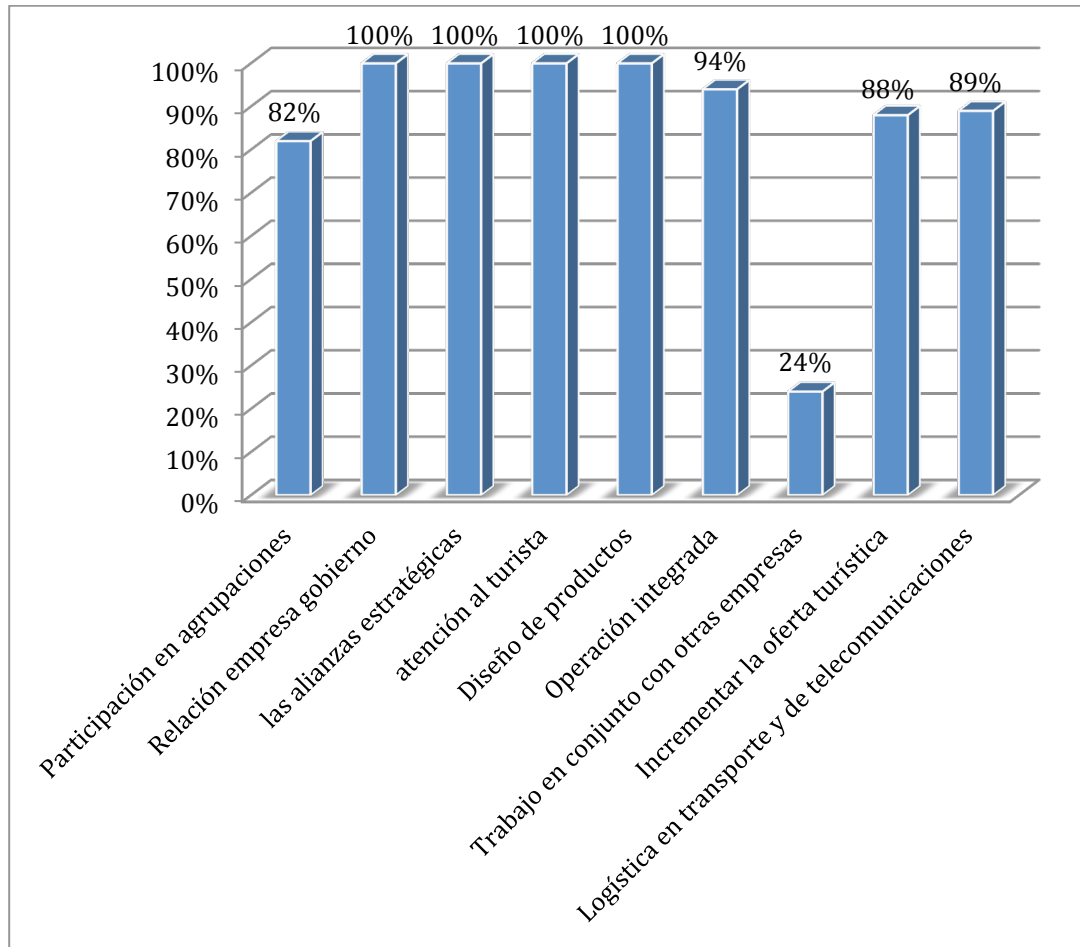
**Figura 10. Genero**



*Elaboración propia.*

De acuerdo a los resultados de los datos descriptivos y de percepción, la competencia de las empresas turísticas, tiene una relación directa positiva sobre la competitividad sistémica de dichas empresas. Sin embargo, se puede mencionar que el trabajo en conjunto entre las empresas para resolver un problema del sector no se desarrolla; por lo cual, cada empresa busca dar solución a través de sus propias estrategias.

**Figura 11. Competencia de las empresas y su percepción con la competitividad sistémica.**



*Elaboración propia.*

Para la descripción de la competencia del destino turístico y su percepción en el fortalecimiento de la competitividad sistémica del Guaymas Sonora, como destino turístico se obtuvieron los siguientes datos:

El 65% del total de la muestra, determina que la seguridad pública como factor de la competencia del destino turístico basado en la protección, asistencia y cuidado al turismo es crucial para promover la competitividad sistémica de la región de Guaymas, Sonora.

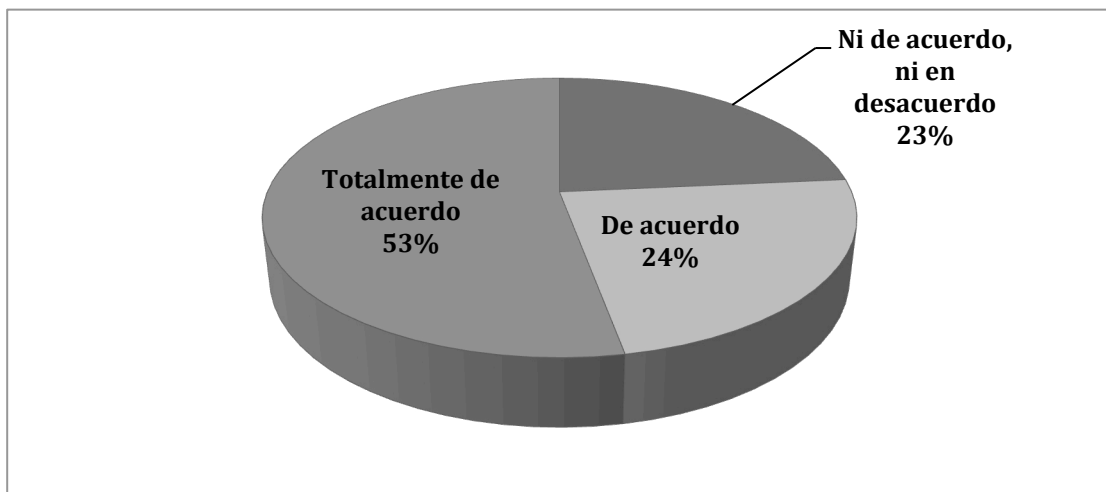
**Figura 12. Seguridad pública**



*Elaboración propia.*

La planeación urbana en áreas turísticas como parte de la competencia del destino turístico, se percibe que influye directamente en la competitividad sistémica de acuerdo al 77% de las respuestas contestadas divididas en el 53% totalmente de acuerdo y 24% de acuerdo.

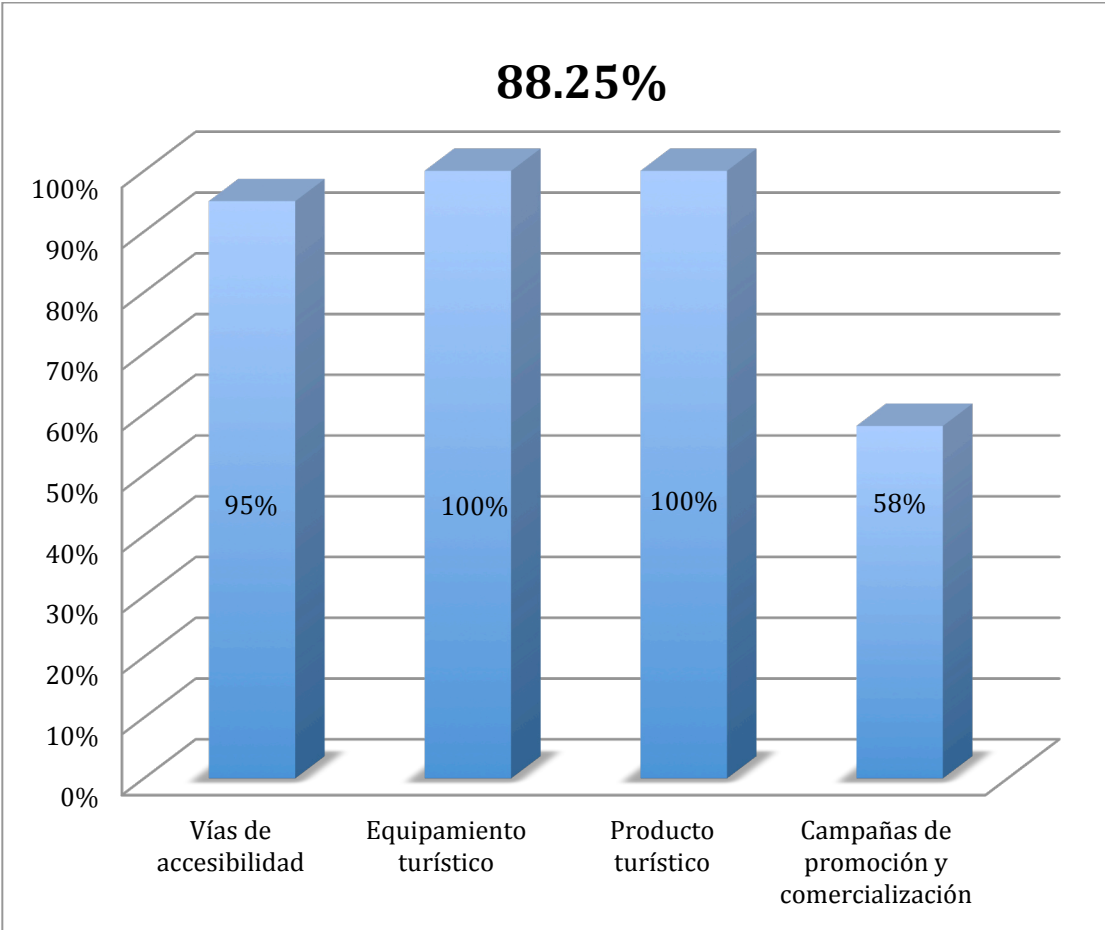
**Figura 13. Planeación urbana**



*Elaboración propia.*

Asimismo, de acuerdo a datos obtenidos de las estadísticas descriptivas el 88.25% están de acuerdo y totalmente de acuerdo que las vías de accesibilidad, el equipamiento turístico, el diseño de productos turísticos y las campañas de promoción y comercialización que se realicen impactan en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas turísticas del municipio de Guaymas, Sonora.

**Figura 14. Percepción de impacto de las vías de accesibilidad, equipamiento y producto turístico, y comercialización en el fortalecimiento de la competitividad sistémica**

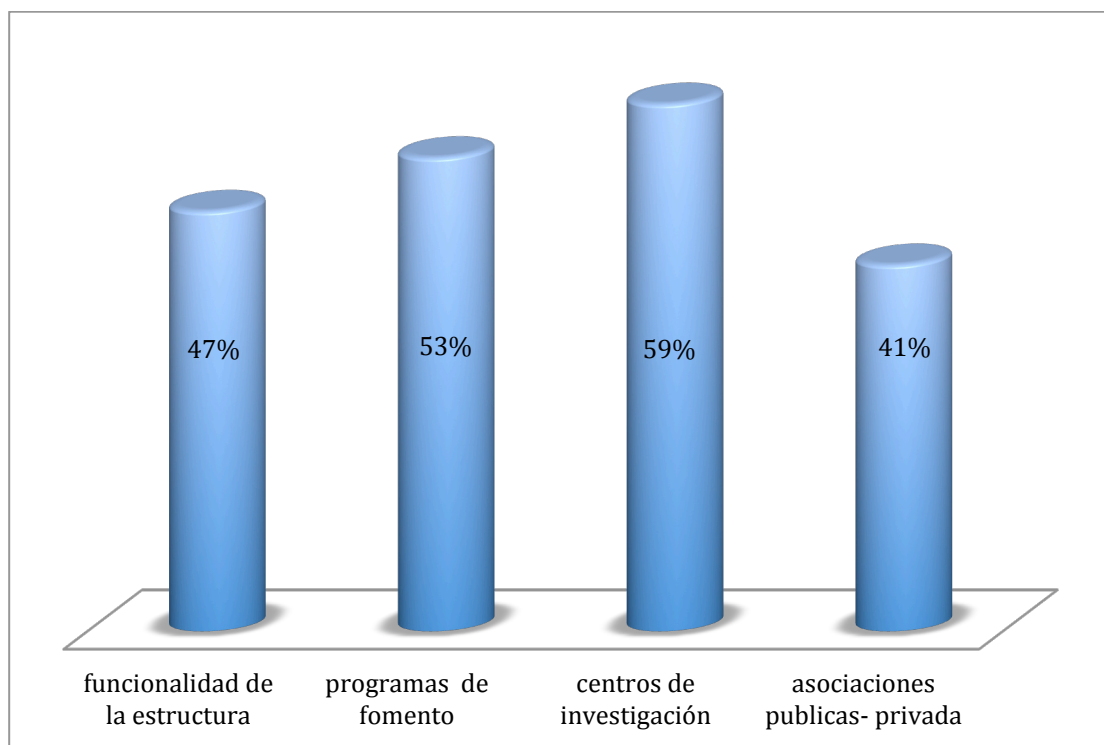


*Elaboración propia.*



De acuerdo a los datos recolectados, se percibe que no hay políticas públicas dirigidas al fortalecimiento e impulso del turismo en el municipio de Guaymas, Sonora. Sin embargo, los empresarios consideran que son fundamentales para la competitividad como destino turístico, donde se argumenta la creación de centros de investigación como estrategia para desarrollar y difundir conocimiento científico que permita la toma de decisiones en materia de económica turística sustentable.

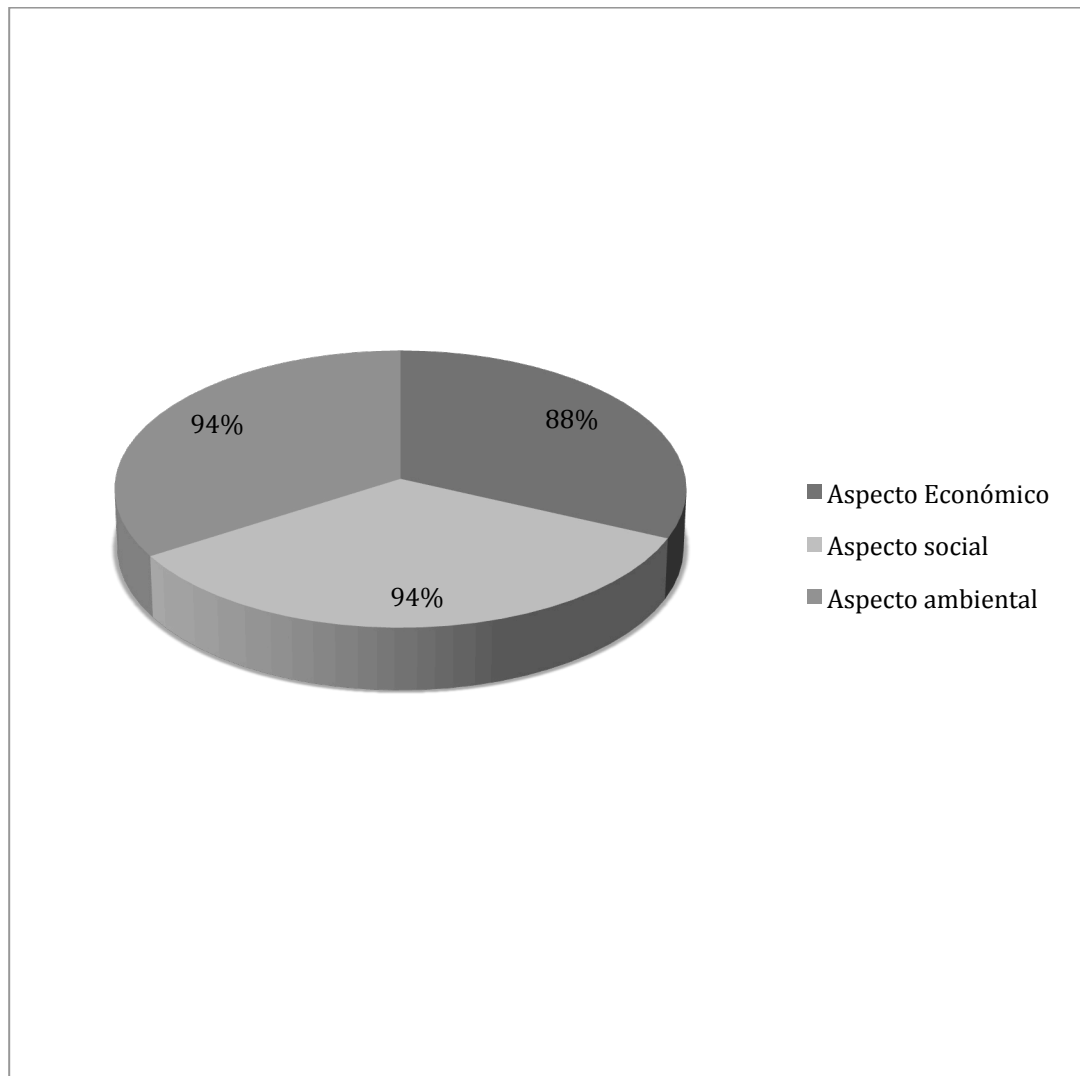
**Figura 15. Políticas públicas en turismo**



*Elaboración propia.*

En materia de sustentabilidad, la percepción por parte de los empresarios se inclina a darle mayor importancia a los aspectos sociales, tales como: protección de los recursos culturales, tradiciones y costumbres locales; y al aspecto de protección del medio ambiente. Esto es lógico, ya que dichos aspectos, son la materia prima de sector turístico; es decir, son los elementos que motivan el desplazamiento de visitantes a la zona de Guaymas, Sonora.

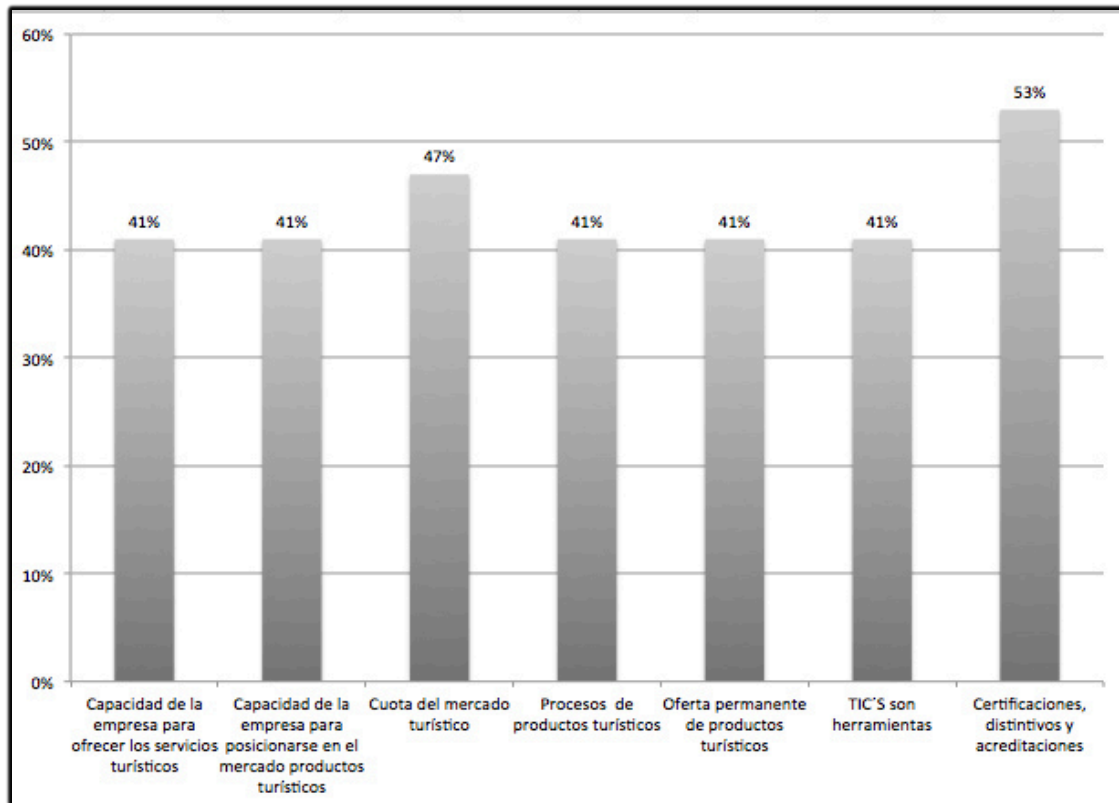
**Figura 16. Sustentabilidad**



*Elaboración propia.*

Finalmente, para la competitividad sistémica de las empresas turísticas de Guaymas, Sonora, los empresarios del sector determinan que las certificaciones, distintivos y acreditaciones influyen en la competitividad de las mismas, esto debido a que para lograr dichas distinciones, se debe de cubrir con indicadores internos y externos de las empresas, que los lleva a una buena gestión estratégica y como consiguiente se ve reflejado en la calidad de los servicios turísticos ofertados.

**Figura 17. Factores de impacto en la Competitividad de las empresas turísticas**



*Elaboración propia.*

#### 4.2.1.1. Análisis exploratorio

Tomando en consideración la división de la desviación estándar con la media aritmética, podemos describir que el valor es aceptable de dicha desviación estándar para todas las variables independientes y la dependiente; ya que se encuentran a un valor menor a 0.5 con la siguiente ecuación:

$$CV = Sp / Media$$

Por otro lado, no se presenta valores de la asimetría y la curtosis fuera de los rangos; es decir, todas presentan valores menores a 8.

En las graficas, se puede ver que se presenta el supuesto de normalidad sin tendencia.

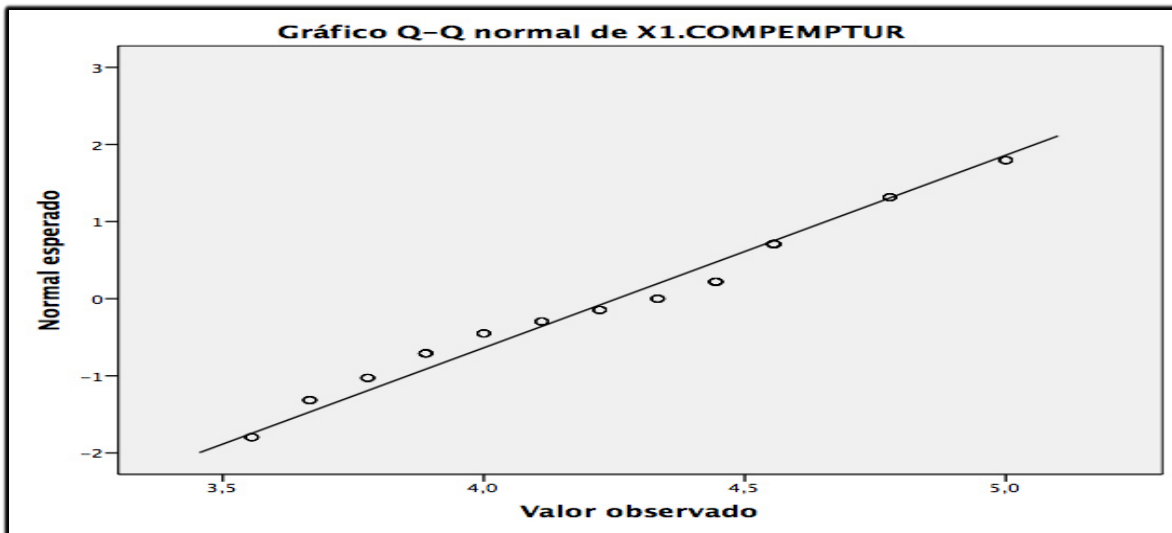
### Descriptivos

		Estadístico	Error típ.
<b>X1.COMPETENCIA DE LAS EMPRESAS TURISTICAS</b>			
Media		42.549	.04856
Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	41.580	
	Límite superior	43.518	
Media recortada al 5%		42.524	
Mediana		43.333	
Varianza		.160	
Desv. típ.		.40041	
Mínimo		3.56	
Máximo		5.00	
Rango		1.44	
Amplitud intercuartil		.67	
Asimetría		-.089	.291
Curtosis		-.930	.574
<b>X2.COMPETENCIA DEL DESTINO TURÍSTICO</b>			
Media		43.922	.06437
Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	42.637	
	Límite superior	45.206	
Media recortada al 5%		44.172	
Mediana		45.000	
Varianza		.282	
Desv. típ.		.53078	
Mínimo		3.33	
Máximo		5.00	
Rango		1.67	
Amplitud intercuartil		.83	
Asimetría		-.687	.291
Curtosis		-.464	.574
<b>X3.POLÍTICAS PUBLICAS TURISTICAS</b>			
Media		44.559	.06039
Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	43.353	
	Límite superior	45.764	
Media recortada al 5%		44.649	
Mediana		45.000	

	Varianza		.248	
	Desv. típ.		.49802	
	Mínimo		3.75	
	Máximo		5.00	
	Rango		1.25	
	Amplitud intercuartil		1.00	
	Asimetría		-.169	.291
	Curtosis		-1.633	.574
<b>X4.SUSTENTABILIDAD</b>	Media		43.333	.06843
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	41.967	
		Límite superior	44.699	
	Media recortada al 5%		43.704	
	Mediana		43.333	
	Varianza		.318	
	Desv. típ.		.56428	
	Mínimo		3.00	
	Máximo		5.00	
	Rango		2.00	
	Amplitud intercuartil		1.00	
	Asimetría		-.456	.291
	Curtosis		-.277	.574
<b>Y.COMPETITIVIDAD SISTÉMICA</b>	Media		44.202	.05469
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	43.110	
		Límite superior	45.293	
	Media recortada al 5%		44.192	
	Mediana		42.857	
	Varianza		.203	
	Desv. típ.		.45100	
	Mínimo		3.86	
	Máximo		5.00	
	Rango		1.14	
	Amplitud intercuartil		1.00	
	Asimetría		.243	.291
	Curtosis		-1.656	.574

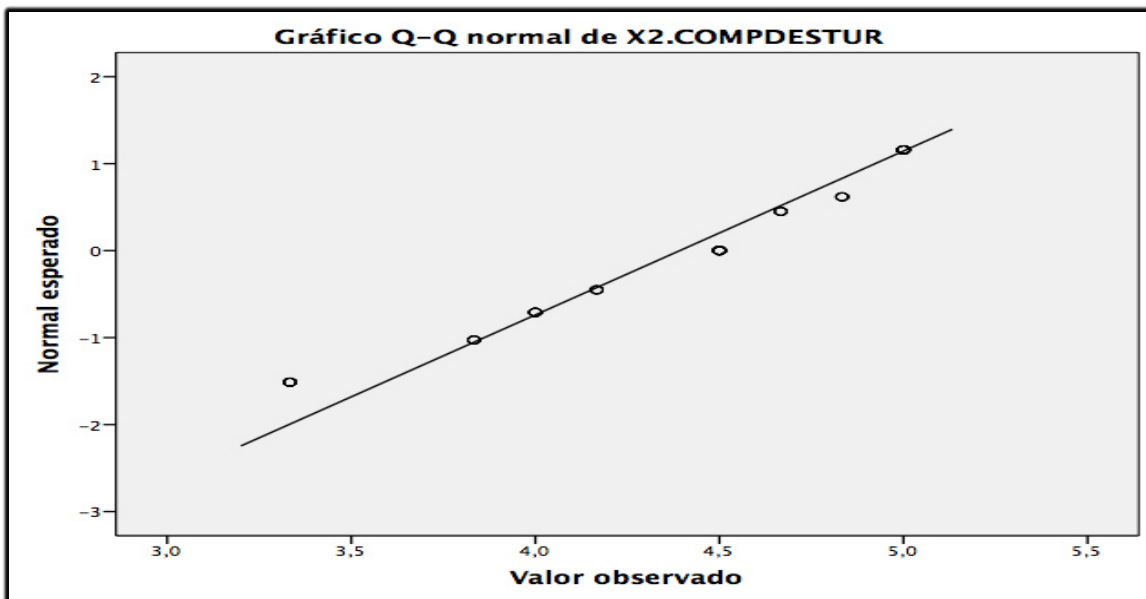
*Elaboración propia.*

**Figura 18. Normalidad variable X1. Competencia de las empresas turísticas**



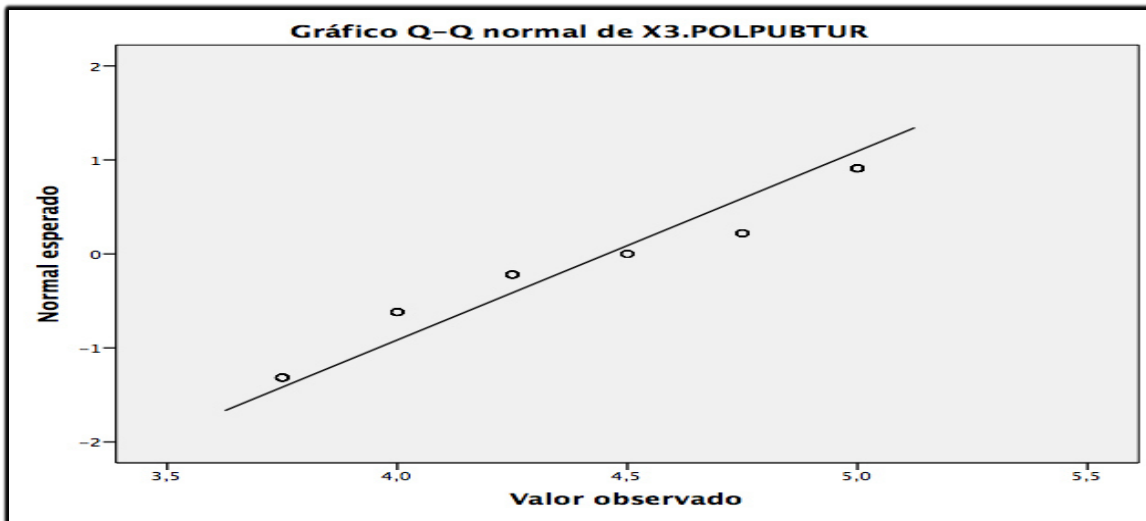
*Elaboración propia. (SPSS versión 21).*

**Figura 19. Normalidad variable X2. Competencia del Destino Turístico**



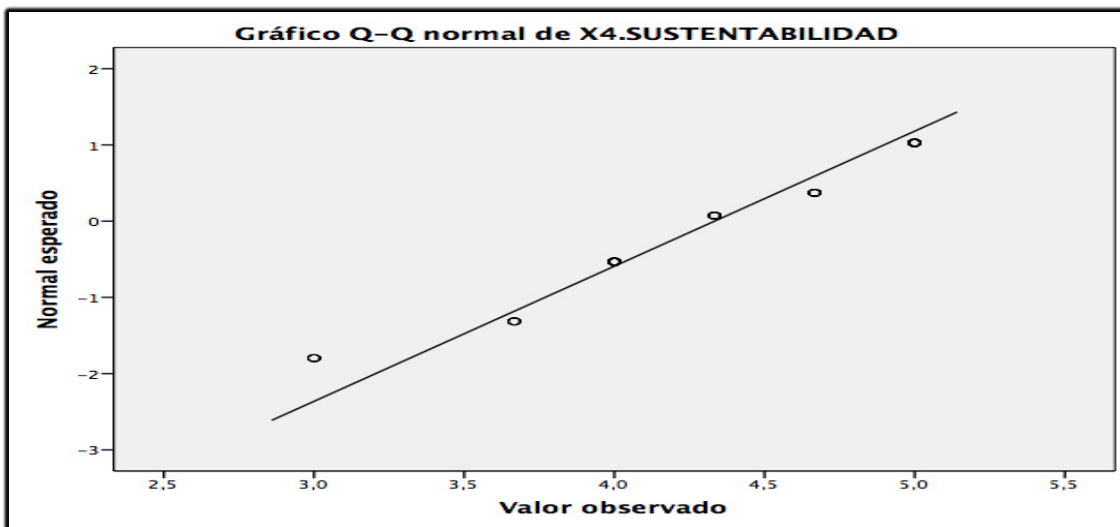
*Elaboración propia. (SPSS versión 21).*

**Figura 20. Normalidad variable X3. Políticas Públicas Turísticas**



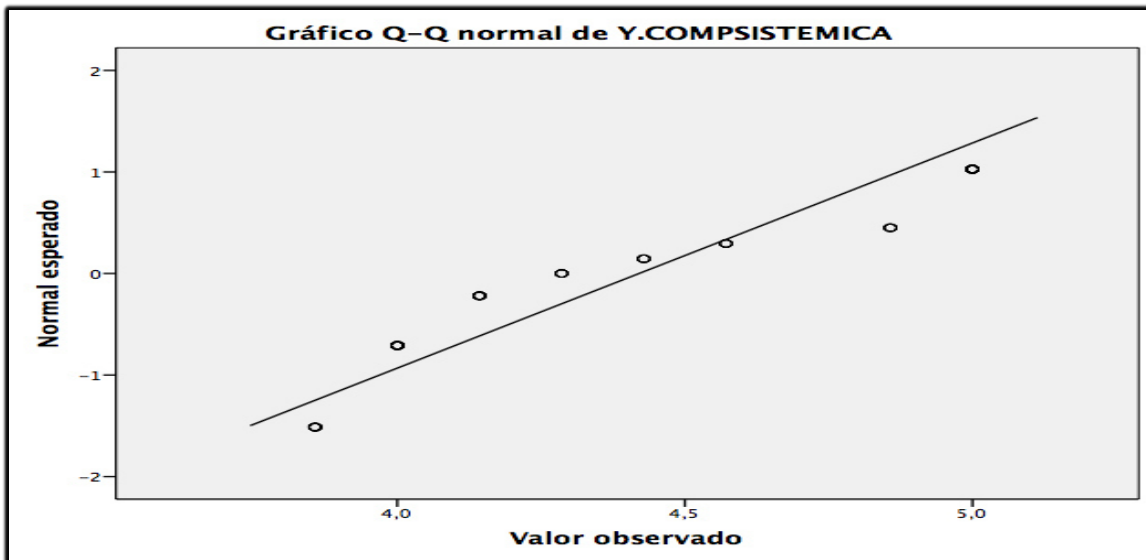
*Elaboración propia. (SPSS versión 21).*

**Figura 21. Normalidad variable X4. Sustentabilidad**



*Elaboración propia. (SPSS versión 21).*

**Figura 22. Normalidad variable Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica**



*Elaboración propia. (SPSS versión 21).*

#### *4.2.2. Análisis estadístico inferencial inductiva: combinatorio y probabilísticos con pruebas no paramétricas*

Para la determinación y la comprobación de las hipótesis de investigación, se procedió a hacer las pruebas generalizadas (no paramétricas), ya que la investigación recolecta datos cualitativos de percepción, tal como se explica en el capítulo 3 sobre el método aplicado.

A continuación se presentan los resultados.

##### *4.2.2.1. Prueba de hipótesis con distribución Chi-Cuadrado $\chi^2$*

Dicha prueba se utilizó para la determinación de la asociación entre las variables independientes y la variable dependiente. Es decir, la Chi cuadrada, permitió hacer la prueba de dependencia de variables.



Para hacer la comprobación de la asociación, se apego a la teoría del funcionamiento de la Chi Cuadrada, considerando el valor de la misma con Grado de Libertad (gl) de 1 y con una significancia de 0.05 para determinar la dependencia de la variable Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica con todas las variables independientes, dando un valor estándar de 3.8415 (ver tabla #. Distribución general de Chi Cuadrada).

**Tabla 16. Distribución general de Chi Cuadrado**

v/p	0.001	0.0025	0.005	0.01	0.025	0.05
1	10.8274	9.1404	7.8794	6.6349	5.0239	3.8415

V= Grados de Libertad

P= Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado

Fuente: Díaz, A. 2013. *Elaboración propia.*

***Prueba de asociación de la Variable Dependiente Y con la variable independiente X1.***

Las puntuaciones obtenidas del P-Valor que corresponde a  $\chi^2=28.976$  (Chi cuadrado de Pearson) es mayor al valor de significancia de 0.05 de acuerdo a la distribución general de la Chi Cuadrado, lo cual se puede afirmar que hay dependencia (asociación) entre las variables X1. Competencia de las empresas turísticas sobre la variable Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica.

**Tabla 17. Distribución Chi Cuadrada**

**Tabla 17. Pruebas de Chi-cuadrado para X1. Competencia de las empresas turísticas**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28.976 <sup>a</sup>	1	.000		
Corrección por continuidad	26.415	1	.000		
Razón de verosimilitudes	31.780	1	.000		
Estadístico exacto de Fisher				.000	.000
Asociación lineal por lineal	28.550	1	.000		
N de casos válidos	68				

*Elaboración propia.*

En la tabla siguiente (tabla 18. Medidas simétricas para X1. Competencias de las empresas turísticas) se puede observar que el coeficiente Gamma indica una fuerte correlación entre las variables X1. Competencia de las empresas turísticas y Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica de 0.922.

**Tabla 18. Medidas simétricas para X1. Competencia de las empresas turísticas**

		Valor	Error típ.	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
			asint. <sup>a</sup>		
Ordinal por ordinal	Gamma	.922	.050	7.163	.000
N de casos válidos		68			

*Elaboración propia.*

***Prueba de asociación de la Variable Dependiente Y con la variable independiente X2.***

Para el caso de la variable independiente X2. Competencia del destino turístico, se obtienen un valor de P-Valor correspondiente a una Chi cuadrado de Pearson de  $\chi^2=13.752$ , lo cual es mayor también las valor de significancia de 0.05 de la distribución general de la Chi cuadrado, por lo cual, se puede afirmar que hay dependencia entre las variable independiente X2 con la variable dependiente Y, que corresponde al fortalecimiento de la competitividad sistémica.

**Tabla 19. Pruebas de Chi-cuadrado para X2. Competencia del destino turístico**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13.752 <sup>a</sup>	1	.000		
Corrección por continuidad	11.931	1	.001		
Razón de verosimilitudes	14.723	1	.000		
Estadístico exacto de Fisher				.000	.000
Asociación lineal por lineal	13.549	1	.000		
N de casos válidos	68				

*Elaboración propia*

Las medidas simétricas para la variable X2. Competencias del destino turístico, se puede observar que el coeficiente Gamma indica una correlación con la variable Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica de .795, aunque es menor de la que tiene la variable independiente X1. Competencia de las empresas turísticas.

**Tabla 20. Medidas simétricas para X2. Competencia del destino turístico**

		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	.795	.116	4.239	.000
N de casos válidos		68			

*Elaboración propia.*

***Prueba de asociación de la Variable Dependiente Y con la variable independiente X3.***

Se puede apreciar que existe una asociación entre la variable X3. Políticas públicas turísticas con un P-Valor mayor a la significancia de 0.05 de  $X^2=11.806$  y una correlación del coeficiente Gamma con un valor bueno de 0.714. Esto indica la dependencia entre la variable independiente X3. Políticas públicas turísticas con la variable dependiente Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica.

**Tabla 21. Pruebas de Chi-cuadrado para X3. Políticas públicas turísticas**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11.806 <sup>a</sup>	1	.001		
Corrección por continuidad	10.192	1	.001		
Razón de verosimilitudes Estadístico	12.214	1	.000		
exacto de Fisher				.001	.001
Asociación lineal por lineal	11.632	1	.001		
N de casos válidos	68				

*Elaboración propia.*

**Tabla 22. Medidas simétricas para X3. Políticas públicas turísticas**

		Valor	Error típ.	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	.714	.132	3.793	.000
N de casos válidos		68			

*Elaboración propia.*

***Prueba de asociación de la Variable Dependiente Y con la variable independiente X4.***

Finalmente, a través de la prueba de Chi cuadrado, se pudo determinar la asociación alto de la variable independiente X4. Sustentabilidad, y su relación con la variable dependiente Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica. Se obtiene un P-Valor de Pearson de  $X^2=28.549$  con un  $gl=1$  y una significancia bilateral menor a 0.05 de 0.000. Esto significa la asociación de ambas variables.

Considerando el valor del coeficiente Gamma de 0.920, posiciona en segundo grado a la variable independiente X4. Sustentabilidad seguido de la variable independiente X1. Competencia de las empresas turísticas, como de mayor impacto sobre la variable dependiente Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica.

**Tabla 23. Pruebas de Chi-cuadrado para X4. Sustentabilidad**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28.549 <sup>a</sup>	1	.000		
Corrección por continuidad	25.972	1	.000		
Razón de verosimilitudes	31.034	1	.000		
Estadístico exacto de Fisher				.000	.000
Asociación lineal por lineal	28.129	1	.000		
N de casos válidos	68				

*Elaboración propia*

**Tabla 24. Medidas simétricas para X4. Sustentabilidad**

		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	.920	.051	6.855	.000
N de casos válidos		68			

*Elaboración propia*

Finalmente y después de hacer las pruebas de Chi-Cuadrada de manera individual entre cada una de las variables independientes con la variable dependiente, se acepta la hipótesis alternativa de la teoría de la Chi Cuadrada (Díaz, 2013) que menciona que hay dependencia entre las variables X's sobre la variable observada Y; y se rechaza la hipótesis nula de que no hay dependencia; es decir, existe independencia entre las variables, ya que todos los puntos son mayores a 3.8415 de acuerdo al "gl" de P-Valor con una significancia de 0.05. (Tabla #. Prueba de Chi-Cuadrado para X1. Competencia de las empresas turísticas).

#### *4.2.2.3. Análisis explicativo y probabilístico a través de los modelos Logit y Probit*

Después de corroborar la asociación de las variables independientes sobre la variable dependiente, se procedió a explicar el impacto de las mismas sobre la variable observada que consiste en el "fortalecimiento de la competitividad de las empresas turísticas"; para ello, se realizó tal como se marca en el método, la prueba del modelo de Logit.

Dicho modelo, permitió identificar que la variable independiente de mayor impacto explicado es la variable X1. Competencia de las empresas turísticas y la que menor impacta sobre la variable dependiente antes descrita, es la variable independiente X4. Sustentabilidad. (Ver tabla 25. Análisis explicativo a través del Modelo Logit de la variable dependiente: Y. Fortalecimiento de la competitividad sistémica).

**Tabla 25. Análisis explicativo a través del Modelo Logit**

**VARIABLE DEPENDIENTE Y. Fortalecimiento de la Competitividad Sistémica**

VARIABLES	LOGIT		Intervalo de confianza al 95%	
	ESTIMACIÓN	Valor Z	Límite inferior	Límite superior
X1. COMPETENCIA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	0.845084	2.669	0.224399	1.465769
X2. COMPDESTUR	0.704058	2.874	0.223966	1.184149
X3. POLPUBTUR	0.839342	3.240	0.331582	1.347103
X4. SUSTENTABILIDAD	0.667717	2.856	0.209521	1.125912

*Elaboración propia.*

A través del modelo Probit, se pudo predecir el impacto de las variables independientes, si estas logran un aumento, quedando los resultados de la siguiente manera: Si se presenta un aumento de la variable independiente X1. Competencia de las empresas turísticas, se estima un aumento del 51.65% en el fortalecimiento de la competitividad de las empresas turísticas del municipio de Guaymas, Sonora.

Con relación al aumento de la variable independiente X2. Competencia del destino turístico, se estima un aumento en la variable observada de 42.97%. Asimismo, si se incrementa las Políticas públicas en turismo (variable independiente X3), se estima un fortalecimiento del 51.01% de la competitividad sistémica de las empresas turísticas del municipio de Guaymas, Sonora.

Finalmente, al aumentarse la sustentabilidad en las empresas turísticas del municipio de Guaymas, Sonora (variable independiente X4); se predice un aumento en el fortalecimiento de la competitividad sistémica casi del 40% de dichas empresas. (Tabla#. Análisis predictivo a través del modelo Probit).

**Tabla 26. Análisis predictivo a través del Modelo Probit**  
**VARIABLE DEPENDIENTE Y. Fortalecimiento de la Competitividad Sistémica**

VARIABLES	PROBI	ESTIMACIÓN	Valor Z	INTERVALO DE CONFIANZA	
				AL 95%	
				Límite inferior	Límite superior
X1. COMPEMPTUR		0.516592	2.700	0.141597	0.891587
X2. COMPDESTUR		0.42972	2.929	0.142147	0.717292
X3. POLPUBTUR		0.510143	3.280	0.205265	0.815021
X4. SUSTENTABILIDAD		0.395871	2.889	0.127299	0.664443

*Elaboración propia.*

#### 4.3. Comprobación de hipótesis

Para poder hacer la comprobación de hipótesis, en primera fase se hace una explicación de la percepción a través de tablas de contingencia de las variables independientes con la dependientes.

En la tabla numero 27. Contingencia para X1. Competencia de las empresas turísticas, indica que lo que se percibe como un alto grado de competencia de las empresas turísticas, impacta en un alto fortalecimiento de la competitividad sistémica de las mismas con un 52.9%. Sin embargo, se percibe que a menor competencia de las empresas turísticas, menor fortalecimiento de la competitividad sistémica, tal como lo muestra el 47.1%.

**Tabla 27. Contingencia para X1. Competencia de las empresas turísticas**

		X1. COMPETENCIA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS		Total	
		BAJO	ALTO		
Y. FORTALECIMIENTO COMPETITIVIDAD SISTÉMICA	BAJO	Recuento	28	8	36
		% dentro de Y.	77.8%	22.2%	100.0%
	ALTO	Recuento	4	28	32
		% dentro de Y	12.5%	87.5%	100.0%
Total		Recuento	32	36	68
		% dentro de Y	47.1%	52.9%	100.0%

*Elaboración propia.*

Para el caso de la variables X2. Competencia del destino turístico, se percibe que al existir un altos criterios de competencia del destino, habrá un 64.7% de impacto en el fortalecimiento de la competitividad sistémico de las empresas turística. (Ver tabla 28. Contingencia para X2. Competencia del destino turístico).

**Tabla 28. Contingencia para X2. Competencia del destino turístico**

		X2.COMPETENCIA DEL DESTINO TURÍSTICO		Total	
		BAJO	ALTO		
Y.FORTALECIMIENTO COMPETITIVIDAD SISTEMICA	BAJO	Recuento	20	16	36
		% dentro de Y.	55.6%	44.4%	100.0%
	ALTO	Recuento	4	28	32
		% dentro de Y.	12.5%	87.5%	100.0%
Total		Recuento	24	44	68
		% dentro de Y.	35.3%	64.7%	100.0%

*Elaboración propia.*

En el caso de la variable independiente que tiene que ver con el impacto de las políticas públicas turísticas sobre el fortalecimiento de la competitividad sistémica, se percibe que al no existir políticas públicas en materia de turismo, se tendrá un escaso fortalecimiento de la competitividad sistémica de tan solo un 35.3%. (Tabla 29. Contingencia para X3. Políticas públicas turísticas).

**Tabla 29. Contingencia para X3. Políticas públicas turísticas**

		X3. POLÍTICAS PÚBLICAS TURÍSTICAS		Total	
		BAJO	ALTO		
Y.FORTALECIMIENTO COMPETITIVIDAD SISTEMICA	BAJO	Recuento	24	12	36
		% dentro de Y.	66.7%	33.3%	100.0%
	ALTO	Recuento	8	24	32
		% dentro de Y.	12.5%	87.5%	100.0%
Total		Recuento	24	44	68
		% dentro de Y.	35.3%	64.7%	100.0%

*Elaboración propia.*

Finalmente, la percepción identificada, proyecta que a mayor sustentabilidad (variable independiente X4) impacta medianamente en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas turísticas.



**Tabla 30. Contingencia para X4. Sustentabilidad**

		X4. Sustentabilidad		Total	
		BAJO	ALTO		
Y.FORTALECIMIENTO COMPETITIVIDAD SISTEMICA	BAJO	Recuento	32	4	36
		% dentro de Y.	88.9%	11.1%	100.0%
	ALTO	Recuento	8	24	32
		% dentro de Y.	25.0%	75.0%	100.0%
Total		Recuento	40	28	68
		% dentro de Y.	58.8%	41.2%	100.0%

*Elaboración propia.*

Después de hacer el análisis de la correlación de variables independientes con la variable dependiente por medio del método estadístico no paramétrico de la Chi Cuadrado, y hacer el análisis de la percepción (método Logit) y la de predicción (método Póbit), se puntualiza la aceptación de la hipótesis general: *Los factores de “competencia de las empresas turísticas, competencia del destino turístico, políticas públicas turísticas y factor de sustentabilidad” impactan en fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora, y se acepta todas las hipótesis específicas.*

**Tabla 31. Comprobación de hipótesis y correlación de X→Y**

Hipótesis	Chi- Cuadrado	gl	Sig. (0.05)	Sig. bilateral	Correlación X→Y
<b>H1.</b> El factor de “competencia de las empresas turísticas”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	28.976	1	3.8415	.000	Si existe correlación
<b>H2.</b> El factor de “competencia del destino turístico”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	13.752	1	3.8415	.000	Si existe correlación
<b>H3.</b> El factor de las “políticas públicas turísticas”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	11.806	1	3.8415	.001	Si existe correlación
<b>H4.</b> El factor de “sustentabilidad”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	28.540	1	3.8415	.000	Si existe correlación

*Elaboración propia.*

**Tabla 32. Comprobación de hipótesis y correlación de X→Y**

Hipótesis	Percepción de impacto (Logit)	Percepción de predicción (Probit)	Resultado
<b>H1.</b> El factor de “competencia de las empresas turísticas”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	85%	52%	Se acepta
<b>H2.</b> El factor de “competencia del destino turístico”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	70%	43%	Se acepta
<b>H3.</b> El factor de las “políticas públicas turísticas”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	84%	51%	Se acepta
<b>H4.</b> El factor de “sustentabilidad”, impacta en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.	67%	40%	Se acepta

*Elaboración propia.*

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se hace una reseña de las conclusiones y recomendaciones con base en los hallazgos obtenidos. Además, después de revisar la literatura y crear un modelo conceptual para la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora; se procedió a su validación por medio de la recolección de datos utilizando un instrumento validando su confiabilidad desde su construcción, prueba y aplicación final. Después de ello, se hizo el análisis estadístico inferencial no paramétrica utilizando el modelo de la Chi-Cuadrado y los modelos de Logit y Probit.

### Análisis de resultados

Se determina que existe una correlación e impacto de las variables independientes: *competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, las políticas públicas turísticas, y la sustentabilidad* sobre el **fortalecimiento** de la *competitividad sistémica de las empresas del sector turístico* del Municipio de Guaymas, Sonora.

Esto significa, que a medida que las empresas turísticas implementen estrategias para fortalecer sus *competencias*, además que como sector turístico, se generen las condiciones para mejorar las competencias como destino turístico y que las políticas públicas turísticas sean base sustancial para promover la sustentabilidad de la región como centro turístico, pues se impactará cada vez más en el fortalecimiento de la competitividad sistémica del sector empresarial turístico de la región.

Por ello, el modelo integral de turismo que se deba de construir para fortalecer la competitividad sistémica y que de directrices para el impulso del turismo de manera efectiva y eficiente en el Municipio de Guaymas, Sonora, debe de crear

líneas de acción directas a impulsar el crecimiento empresarial, las políticas públicas y la sustentabilidad.

De acuerdo al modelo teórico de la “Competitividad Sistémica del sector turístico” para el caso del Municipio de Guaymas, Sonora; se concluye que se tiene una prioridad de trabajar y fortalecer los aspectos de las *competencias de las empresas turísticas*, dirigir acciones para *mejorar las competencias del destino turístico* y *reconstruir las políticas turísticas* municipales que *impulse la sustentabilidad del sector*. Sin embargo y coincidiendo con los resultados del estudio de Mazaraki (2018), donde se concluye que es importante no dejar a un lado trabajar bajo una estrategia integral para hacer competitivo al Municipio desde el punto de vista turístico, y crear las bases sólidas para construir un sector responsable con la sustentabilidad de la región.

Con los resultados obtenidos se acepta la hipótesis general que afirma que: *Los factores de “competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, políticas públicas turísticas y factor de sustentabilidad” impactan en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.*

Por otro lado, con los resultados obtenidos y después de su análisis, se responde a la pregunta de investigación: *¿Cómo impactan los factores de competitividad sistémica en el fortalecimiento de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora?*

De acuerdo a los datos obtenidos con el modelo explicativo de Logit, las competencias de las empresas turísticas y la creación de políticas públicas turísticas son los factores de mayor impacto con 85% y 84% respectivamente, seguido del factor de competencias del destino turístico con un impacto del 70% y finalmente pero no menos importante el factor de la sustentabilidad con un 67% de impacto

sobre el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio.

Es importante resaltar que la variable de mayor peso es la de la competencia de las empresas turísticas, donde se puede concluir que es la iniciativa privada quien tiene que trabajar en estrategias en común y en colaboración para hacer del turismo, un sector competitivo

Se cumple el objetivo general que le dio dirección a la investigación que consistió en: *Analizar el impacto de los factores de **competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, políticas públicas turísticas y el factor de sustentabilidad** con respecto al **fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.***

Al cumplir con el objetivo general, se determina que si hay un impacto positivo y directo de las competencias de las empresas turísticas, competencias del destino turístico, las políticas públicas turísticas y la sustentabilidad; sobre el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turísticos del Municipio de Guaymas, Sonora.

### **Implicaciones teóricas**

Retomando el modelo de Esser, (1996), que define a la competitividad sistémica como el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional: el nivel micro, el nivel meso, el nivel macro y el nivel meta; y de acuerdo a los resultados obtenidos, se puede concluir y coincidir con el estudio de De la Puente Pacheco (2018), que para fortalecer la competitividad sistémica de las empresas turísticas, el nivel micro es el de mayor peso, es decir, que son las empresas quienes tienen que trabajar estratégicamente en consolidar y mejorar sus competencias para ofrecer servicios de calidad y que les permita la permanencia en el mercado. Sin embargo, el nivel macro

que tiene que ver con la creación de políticas públicas turísticas, también juega un papel crucial para impulsar la competitividad del turismo en la región del Municipio de Guaymas, Sonora.

Por otra parte, es importante mencionar que de los estudios consultados tales como: *Política turística y planificación del turismo* (Acerenza, 2006), *Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations* (Ferreira, 2014), *Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterráneo* (Garau, 2011), *Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos* (González, 2009), *Factores determinantes de la competitividad empresarial* (Rocca, 2013), *Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente* (Sánchez, 2011); por mencionar algunos, se enfocan exclusivamente en describir variables en particular y por separado, ninguno aporta un modelo teórico exclusivo para la **competitividad sistémica** enfocada al **turismo**.

La variable Sustentabilidad del nivel meta de la competitividad sistémica en la presente investigación, ocupó un valor menor, pero no menos importante. Lo cual permite corroborar la importancia de dicha variable y que le da mucho valor Weidenfeld (2018), en su estudio: *Tourism Diversification and Its Implications for Smart Specialisation*, obteniendo en sus resultados que la sustentabilidad es una variable de peso importante y es criterio base para la construcción de políticas públicas que impulsen la competitividad del sector turístico.

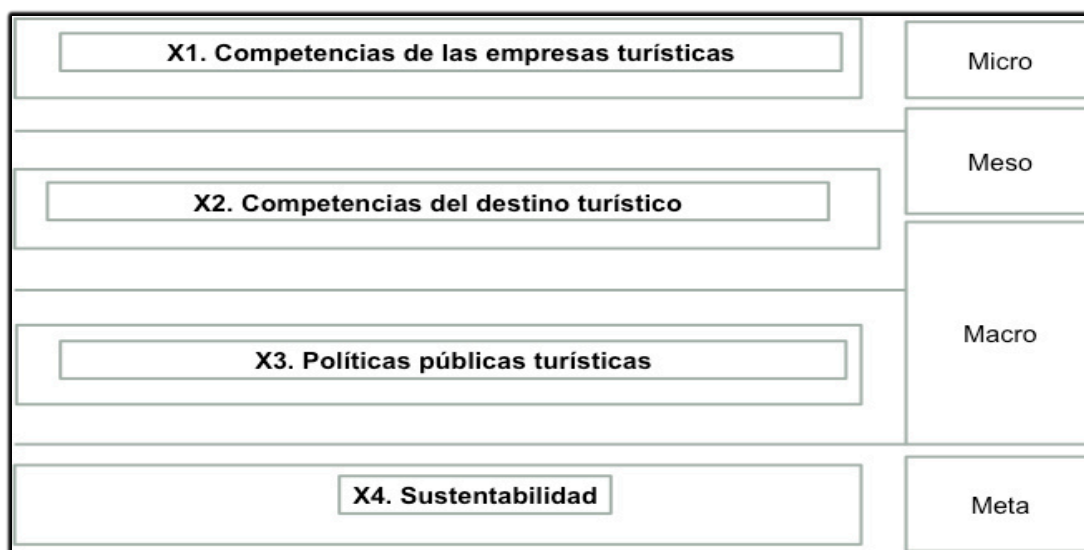
Por otro lado y haciendo un análisis de los resultados obtenidos y comparando con el modelo teórico de la competitividad de un destino turístico de Crouch y Ritchie (1999), se puede afirmar que para lograr el fortalecimiento de la competitividad sistémica del municipio de Guaymas, Sonora; es prioritario trabajar en el entorno competitivo del nivel micro que hace referencia en: Marketing, organización, administración de recursos, información, servicios y condiciones de la oferta para atender las necesidades del mercado.

En el modelo de la competitividad de un destino turístico de Kim (2001), la base son las fuentes primarias, las cuales se entienden como: los recursos heredados y los recursos creados tienen, cada uno, su propia identidad, al igual que los factores y recursos complementarios. Con base en los resultados obtenidos y bajo el modelo de la competitividad sistémica, es crucial enfocarse en la formación de una estrategia transversal que impulse y consoliden las competencias del destino turístico; tal como lo afirma Arshad (2018) en su estudio: *Pakistan tourism industry and challenges: a review*.

Finalmente, se ratifica la importancia de enfocar los esfuerzo por parte de todos los actores del sector turístico en trabajar un modelo integral y que contenga un sistema turístico innovador que de respuesta a las tendencias del mercado turístico y se logró la permanencia a largo plazo (Esser et al, 1994 y Jezic, 2018).

Al aceptarse la hipótesis general de la investigación, permite proponer un Modelo Teórico de Competitividad Sistémica para el Turismo, para ello se presenta la siguiente figura:

**Figura 23. Modelo de Competitividad Sistémica para el Turismo**



*Elaboración propia.*

Con esto, se esta cubriendo un vacío de conocimiento que hay en la competitividad sistémica enfocada al sector turístico, y además se abordan la medición a través de los cuatro niveles: micro que corresponde a las competencias de las empresas turísticas, el meso que hace mención a las competencias del destino turístico, al nivel macro que se enfoca a las políticas públicas turísticas y finalmente al nivel meta que hace alusión a la sustentabilidad.

### **Implicaciones prácticas**

El resultado de la presente investigación y su buen uso, puede ser punta de reflexión para identificar áreas de oportunidad aquí descritos para impulsar el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora.

Para ello, se menciona las siguientes implicaciones prácticas:

1. El estudio presenta una radiografía de la situación actual sobre como se percibe la competitividad del sector turístico de Municipio, lo cual permite la toma de decisiones y puesta en marcha de acciones para la mejora continua y agregar valor al destino turístico.
2. Se presentan debilidades del sector, para ello se pueden formar estrategias para impulsar las fortalezas y minimizar dichas debilidades que presenta el sector turístico de la región.
3. Al nivel de la iniciativa privada, permite identificar cuales son los constructos claves para trabajar para fortalecer las competencias de las empresas turísticas.
4. A nivel de destino turístico, permite identificar cuales ítems son claves para promover una gestión del destino con base en fortalecer las competencias del mismo y con ello, crear productos turísticos que atiendan las tendencias de mercado y sus necesidades.



5. Desde la perspectiva del gobierno en sus tres niveles, la investigación ratifica la importancia de crear y rediseñar políticas públicas que promuevan la rentabilidad de las empresas turísticas y la consolidación del destino turístico
6. La investigación permite hacer conciencia en el trabajo estratégico sobre acciones para promover la sustentabilidad, ya que esto permitirá la permanencia sostenible y a largo plazo del sector turístico de la región y del Estado de Sonora.
7. Finalmente, permitirá determinar acciones que haga más competitivo el turismo del Municipio a través de un modelo integral que englobe los cuatro niveles de la competitividad sistémica (Micro, Macro, Meso y Meta).

## **Recomendaciones**

Por todo ello, se recomienda hacer un estudio exploratorio para determinar las variables operativas para hacer competitivo al destino turístico de Guaymas, Sonora. Dicha investigación, será base para determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades como destino turístico.

Se exhorta, hacer una investigación objetiva sobre el perfil del Municipio como destino turístico y detectar los mercados turísticos y crear una base sólida y confiable de información que permitan crear productos turísticos que den respuesta a las tendencias y cuotas de mercado regional, nacional e internacional.

Como líneas de acción, se recomienda que los empresarios del sector turístico, trabajen en conjunto bajo el enfoque de “clúster”, ya que les permitirá construir las bases de política pública a nivel municipal y normativas que conducirán al destino turístico bajo el enfoque de la sustentabilidad y como consiguiente bajo el modelo propuesto de la competitividad sistémica para el turismo.

Se recomienda hacer un análisis comparativo con una perspectiva dinámica que permita posicionar el estatus de las empresas turísticas con respecto a que tan

competitivas son, en función a sus actividades comerciales, solvencia y su patrimonio corporativo.

Es importante hacer un análisis comparativo del índice de rentabilidad financiera de las empresas turísticas del Municipio de Guaymas, Sonora, con el objeto de fortalecer su política de financiación y apoyos por parte del Gobierno Estatal y Federal.

En futuras investigaciones, es importante realizar una evaluación en mayor proporción de la competitividad sistémica, con base en la separación a través de indicadores cuantitativos de la cadena de valor del turismo en la región de Guaymas, Sonora, y que favorezca la construcción de acciones objetivas y estratégicas para hacer competitivo el sector turístico.

Finalmente, es sumamente crucial que la iniciativa privada, el sector gubernamental y académico que juegan un papel en el sector turístico de la región del Municipio de Guaymas, Sonora, se enfoquen a crear programas estratégicos que den respuesta activa, efectiva e inmediata a distintos problemas específicos que presenta el turismo y con ello, promover la responsabilidad social y sustentable.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. A. (2006). Política turística y planificación del turismo, 1ª edición, Editorial Trillas, México.
- Alvarado, J., & Oddone, N. (2017). Fortalecimiento de la cadena de valor de turismo en Pedernales (República Dominicana). Fortalecimiento de cadenas de valor rurales. Santiago: CEPAL, 2017. LC/TS. 2017/24. p. 243-292.
- Alburquerque, F. (2002). Desarrollo económico territorial. Guía para agentes. Instituto de Desarrollo regional, Fundación Universitaria, Sevilla.
- Arshad, M. I., Iqbal, M. A., & Shahbaz, M. (2018). Pakistan tourism industry and challenges: a review. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 121-132.
- Bañuls, A. L., Rodríguez, A. B. R., & Jiménez, M. S. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. *Cuadernos de turismo*, (19), pp: 47-69.
- Báez. A. (2003). Guía para la mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas, Comisión Nacional para el Desarrollo de pueblos Indígenas, México.
- Beck, U. (2008). ¿Qué es la Globalización? Falacias del Globalismo, respuesta a la globalización, 1ª edición de la colección de bolsillo, Editorial: PAIDOS, Barcelona, España.
- Bernardez, M. (2006). Tecnología del Desempeño Humano, Editorial Instituto Tecnológico de Sonora.
- , (2007). Desempeño Organizacional, Global Business Press, Editorial Instituto Tecnológico de Sonora.
- Berkson, J (1950) "Are There Two Regressions?". *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 45, No. 250, pp. 164-180.
- Bliss, Cl. (1934). "The method of probits". *Science* 79, pp: 38-39
- Booyens, I. (2016). Global–local trajectories for regional competitiveness: Tourism innovation in the Western Cape. *Local Economy*, 31(1-2), 142-157.
- Boullón R. (1991). Planificación del Espacio Turístico. México, Edit. Trillas
- Buisán, A. (1997). Exportaciones de turismo y competitividad. *Revista de Economía Aplicada*, 13, pp: 65-81.

- Cárdenas, T. (2000). *Proyectos Turísticos, localización e inversión*, Editorial Trillas, México.
- Cárdenas García, P. J. (2011). La competitividad turística en los países del mediterráneo. análisis de los factores determinantes. *Revista de análisis turístico*, (12).
- Castillo, R. E. (2008). Identificación de la red de relaciones estructurales en un cluster industrial. El caso de la industria de los alimentos y su tecnología en Aguascalientes, México. en: SinncO, México, pp: 1-22.
- Castrillón, M. I. D., Canto, A. G., Cantorna, A. I. S., & Cerradelo, L. B. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 5(2), pp: 101-124.
- Centro de Estudios Superiores en 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*. Secretaria de Turismo [en línea]. Disponible en <http://www.sectur.gob.mx>
- Chávez, D. I. Miranda, M. Varela. (2010). Utilización del análisis de clúster con variables Mixtas en la selección de genotipo de maíz. *Revista Investigación Operacional*, Volumen 30, Número 3, pp: 209-216.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y Técnica de Investigación Social*, Editorial Mc Graw Hill, Madrid, España.
- Crotti, R., & Misrahi, T. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future*. World Economic Forum: Geneva, Switzerland.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*, 44(3), pp: 137-152.
- Dei Ottati, G. (2006). "El 'efecto distrito': algunos aspectos conceptuales de sus ventajas competitivas". *Revista Economía Industrial*, no 359, Madrid, pp. 73-79.
- De la Puente Pacheco, M. A. (2018). *Systematic Competitiveness in Colombian Medical Tourism: An Examination. Mobilities, Tourism and Travel Behavior-Contexts and Boundaries*. InTech.

- Díaz, E. (2009). Desarrollo sustentable. Una oportunidad para la vida, Editorial Mc Graw Hill, México.
- Díaz-Solano, B. H., & Márquez-Rodríguez, B. P. (2016). Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos. RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo, 6(1), 5-17.
- Dumitru, A., Budică, A. B., & Motoi, A. G. (2016). Managerial-systemic profile of a tourism company.
- Dwyer, L. (2008). Destination competitiveness and policy making for poverty reduction. Conference VIII, Sustaining Quality of Life through Tourism, pp: 24-28.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. Tourism management, 25(6), pp: 777-788.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. Revista de la CEPAL, 59(8), pp: 39-52.
- Ferreira, J., & Estevao, C. (2009). Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal, University of Beira Interior. Tourism & Management Studies Nr. 5.
- Ferreira, M. A. y Costa, C. (2014). Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations. Tourism & Management Studies. Vol. 10, No. 1, pp: 73-81.
- Fischer, L. y Navarro, A. (2000). "Introducción a la investigación de mercados". 3a.ed., México: McGraw Hill.
- Fondo Multilateral de Inversión. (2011). Desarrollo de cadenas productivas, cluster y redes empresales. Herramientas para el desarrollo territorial, Banco Interamericanos de Desarrollo, Agencia para el desarrollo Económico de Cordoba.
- Garau Taberner, J. (2011). Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. Revista de Análisis Turístico, (4).

- Gomezelj Omerzel, D., & Antoncic, B. (2008). Critical entrepreneur knowledge dimensions for the SME performance. *Industrial Management & Data Systems*, 108(9), pp: 1182-1199.
- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), pp: 111-128.
- Gutiérrez, M., & Narváez, M. (2017). Modelo sistémico de desarrollo competitivo para destinos turísticos. Aproximación al caso Venezuela. *Negotium*, 13(38), 78-93.
- Hernández, R. et al. (2006). *Metodología de la Investigación*, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México.
- , (2007). *Fundamento metodológico*, Primera edición, Editorial Mc Graw Hill, México.
- Inchausti, S. B. (2018). La competitividad sistémica en emprendimientos turísticos: estudio de caso de turismo rural en Tandil (Argentina).
- Jiménez, M. H. R. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *UMBral científico*, (9), pp:115-125.
- Khan, S. A. R., Qianli, D., SongBo, W., Zaman, K., & Zhang, Y. (2017). Travel and tourism competitiveness index: The impact of air transportation, railways transportation, travel and transport services on international inbound and outbound tourism. *Journal of Air Transport Management*, 58, 125-134.
- keyser, P., Backer, M., Massart, D. L., & Westelinck, K. J. (1994). Two-week oral treatment of tinea pedis, comparing terbinafine (250 mg/day) with itraconazole (100 mg/day): a double blind, multicentre study. *British Journal of Dermatology*, 130(43), pp: 22-25.
- Knežević Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M., & Mihalič, T. (2016). Drivers of destination competitiveness in tourism: a global investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1041-1050.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *International Journal of Hospitality Management*, 18(3), pp:273-283.

- Laguna, C. E. (2010). Cadenas productivas, columna vertebral de los clusters industriales mexicanos. *Economía mexicana Nueva Época*, Volumen. XIX, Núm. 1., pp: 119-170.
- Lazzeretti, L. (2006): "Distritos industriales, clusters y otros: un análisis 'trespassing' entre la economía industrial y la gestión estratégica". *Revista Economía Industrial*, no 359, pp: 59-72.
- Leñero, L. (1999). *Desarrollo social; la participación del pueblo en el desarrollo*. Instituto Mexicano de Estudios Sociales. A.C., segunda edición, México, D.F.
- Lind., Marchal., Wathen. (2012). *Estadística aplicada a los Negocios y la Economía*, 15 edición. Editorial Mc Graw Hill Educación, México.
- López, M. (2008). *Sustentabilidad y Desarrollo sustentable: origen, precisiones conceptuales y metodología operativa*, México, Trillas.
- Luhmann, N. (1991). *Sistema sociales, lineamientos para una teoría general*, Universidad Iberoamericana, Bogota, Colombia.
- Lundvall, B (editor) (1995): *Nacional Systems of Innovation. Towards a theory of innovation and interactive learning*, London.
- Macías R. (2000). *Teoría de la Cultura, Cuba*, Universidad de Oriente/UAS.
- Mazaraki, A., Boyko, M., Bosovska, M., Vedmid, N., & Okhrimenko, A. (2018) . *Formation of The National Tourism System of Ukraine. Problems and Perspectives in Management*, Volume 16, Issue 1, p. 68-84
- Mercado, S. (2008). *Investigación. Metodología de la investigación. El paso más seguro... al conocimiento*, Editorial PAC, México.
- Meza, A., W. Branch., (2008). Implementación de un clúster homogéneo para la resolución de problemas de alta complejidad computacional. *Avances en sistemas e Informatica*, Volumen 5, Número 3, Medellín, pp: 41-48.
- Mitxeo, J., I. Idigoras, A. Vicente. (2003). Los clusters como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del país Vasco. *Cuadernos de Gestión*, Volumen 4. Número 1., pp: 55-67.
- Molinar, C. M. A., Pérez, E. M. C., & Ramírez, R. C. (2008). La competitividad turística: imperativo para Manzanillo, Colima. *Teoría y Praxis*, (5), pp: 17-32.

- Molina, S. & Rodríguez, S. (2009). *Planificación Integral del Turismo. Un enfoque para Latinoamérica*, Editorial Trillas, México.
- Morales-Fernández, E. J., & Lanquar, R. (2014). El futuro turístico de una ciudad patrimonio de la humanidad: Córdoba 2031. *Tourism & Management Studies*, 10(2).
- Moscote, F. (2012) "Logit and Probit Models: an application". *Comunicaciones en Estadísticas*, Universidad Santo Tomas, Primer Claustro Universitario de Colombia, Vol. 5, No. 5. Colombia. Pp: 123-133.
- Orantes-Jiménez, S. D., & Vázquez-Álvarez, G. (2016). Customer relationship management systemic model in Mexican small, micro and medium enterprises for the hotelier sector. *Proceedings of the 59th Annual Meeting of the ISSS-2015 Berlin, Germany (Vol. 1, No. 1)*.
- Organización Mundial del Turismo (2005). *Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible, una publicación de turismo y medio ambiente*, España.
- Oyarzún, E. et al. (2009). Acciones de turismo comunitario y sustentabilidad en Tralcao, Mariquina (Chile). *Turismo y Sociedad*, Volumen X, noviembre de 2009, Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turística y Hoteleras, pp. 17-29.
- Pérez, V., Casas, F. M. G., González, M., Pérez, F., & Fernández, R. C. (2014). La sostenibilidad de los destinos cubanos de turismo de naturaleza: un enfoque cuantitativo. *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, 10(2), pp: 32-40.
- Pezzini, M. (2006). Sistemas productivos locales de pequeñas empresas como estrategias para el desarrollo local. Los casos de Dinamarca, Emilia Romagna y Comunidad Valenciana. *Revista Economía Industrial*, no 359, pp: 185-200.
- Porter, M. (1980). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- , (1980). *Competitive Strategy: Techniques for analysis industries and competitors*. New York: Free Press.
- , (1991): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza y Janés, Barcelona.



- , (1998). Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review.
- , (2000). Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic development quarterly*, 14(1), pp:15-34.
- , (1999): Ser competitivos: nuevas aportaciones y conclusiones. Deusto, Bilbao.
- (2008). Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan Forma a la Estrategia. Harvard Business Review. Vol. 86, No.1.
- Pulido F.J. I., & Rodríguez D. B. (2016). Reinterpreting the World Economic Forum's global tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 20, 131-140.
- Queiroz, F y Rastrollo M.A. (2012). Cooperación y coordinación entre turismo y cultura: la recreación de la oferta cultural en los "Destinos Culturales Emergentes. *Tourism and Management Studies*, Vol. 1, pp: 109- 122.
- Ramírez B. M. (1992). Teoría General del Turismo, México, Editorial Diana.
- Rezsohazy, R. (2000). Le developpement des communautes, Participer, programmer, innover, CIACO Editeur.
- Rocca, F. A. (2013). Factores determinantes de la competitividad empresarial. *Sinergia e Innovación*, 1(07).
- Rivero, M. S., & Caldera, M. A. F. (2004). La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños. I Jornada de Economía del Turismo, Palma de Mallorca.
- Rocha, C. (2004). Metodología de la investigación aplicada al turismo, casos prácticos, tercera reimpresión, Editorial Trillas, México.
- Rodríguez, R. & Z Alicia. (2006). La investigación de las Ciencias Sociales en México, en: Apuntes para la investigación turística, Universidad de Quintana Roo, Cuerpo Académico Turismo, Apéndice pp: 169-174.
- Rositas, J., G. Alarcón & M. H. Badii. (2006). El desarrollo y evaluación la declaración del problema de investigación. *InnOvaciOnes de NegOciOs* 3(2): Universidad Autónoma de Nuevo León, México., pp: 331-345.

- Salido, P., et al. (2010). El patrimonio natural y cultural como base para estrategias de turismo sustentable en la Sonora Rural. *Estudios Sociales*. Número Especial, pp: 99-103.
- Sánchez Rivero, M. (2011). Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. *Revista de análisis turístico*, (1).
- Secretaria de Turismo. (2005). *Planeación y Gestión del Desarrollo turismo municipal, un enfoque de cambio*, México.
- , (S/A). *Integración de Agrupamientos Turísticos Competitivos "Clusters Turísticos"*, Programa de competitividad, serie de documentos técnicos, México.
- Solá, E. F. (1994). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. *Estudios Turísticos*, (123), pp: 5-10.
- Sölvell, Ö. (2008). *Cluster. Equilibrando fuerzas evolutivas y Constructivas*, Primera edición, Suecia.
- Suárez, J. L. F. (2006). The Decision of Creating a Tourism Firm. *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, (2), pp: 97-109.
- Vargas, J. (2001). Las reglas cambiantes de la competitividad global en el nuevo milenio. Las competencias en el nuevo paradigma de la globalización. *Revista Iberoamericana de Educación*. "De los lectores". OEI. <http://www.oei.es>
- Varisco, C. (2004). El Clúster Turístico de Miramar. Aporte y transferencia, Volumen 2, año 8, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional del Mar de Plata, Argentina., pp. 61- 88.
- Varisco, C., & Cruz, G. (2009). Competitividad sistémica en destinos turísticos (No. 846). Centro de Documentación, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Villarreal, R., & Van Der Horst, A. (2017). Estrategia de competitividad turística de la República Dominicana. *ARA: Revista de Investigación en Turismo*, 1(1).
- Villarreal, R., & de Villarreal, R. R. (2001). La apertura de México y la paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica. *Comercio Exterior*, 51(9), pp: 772-788.

Weidenfeld, A. (2018). Tourism Diversification and Its Implications for Smart Specialisation. *Sustainability*, 10(2), 319.

Wolfe, D.A & Gertler, M.S (2001): Globalización y reestructuración económica en Ontario: ¿de núcleo industrial a 'learning region'? Olazaran y Gómez Uranga, 2001.

## Anexo 1. Instrumento de recolección de datos (encuesta)

Lugar de Levantamiento: \_\_\_\_\_ Encuestador: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Folio: \_\_\_\_\_

La presente encuesta tiene como objetivo: analizar el impacto de los factores de competencia de las empresas turísticas, competencia del destino turístico, políticas públicas turísticas y el factor de sustentabilidad con respecto al fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas del sector turístico del Municipio de Guaymas, Sonora; a efecto de establecer una propuestas de un modelo integral de turismo.

### Datos generales

Empresa		Puesto que ocupa en la organización	
Giro / Servicio que presta		Antigüedad en la empresa	
Nombre del encuestado		Antigüedad en el puesto	
Ubicación de la empresa		Teléfono	
Genero	F ( ) M ( )	Correo electrónico	

Instrucciones de llenado. Marque con una "X" la respuesta que consideré correcta, tomando en cuenta la siguiente escala:

(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Neutral Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
---------------------------------	----------------------	---	-------------------	------------------------------

Categoría 1: competencia del destino turístico		1	2	3	4	5
CDT1	La <b>seguridad pública</b> relacionada a la protección, asistencia pública y cuidado del turista <b>promueve</b> la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
CDT2	La <b>planeación urbana</b> en las áreas turísticas del Municipio de Guaymas influyen en la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
CDT3	Las <b>vías de accesibilidad</b> (tierra, aire y marítimas) repercute en la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
CDT4	El <b>equipamiento turístico</b> (módulos de información, señalización) es indispensable para el fortalecimiento de la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
CDT5	El <b>producto turístico</b> (por temporada, por segmento de mercado) es indispensable para el fortalecimiento de la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
CDT6	Las <b>campañas de promoción y comercialización</b> actuales propicia la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					

Categoría 2: Políticas públicas en turismo		1	2	3	4	5
PPT7	La adecuada <b>funcionalidad de la estructura</b> de las dependencias del Gobierno Estatal propicia la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
PPT8	Los <b>programas de fomento</b> al comercio del sector turístico son indispensables para la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
PPT9	Los <b>centros de investigación</b> (estudios, monitoreo y control estadístico) fortalecen la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
PPT10	Las <b>asociaciones publicas- privada</b> para inversión (estructura, equipamiento turístico) fortalecen la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					

Categoría 3: competencia de las empresas turísticas		1	2	3	4	5
GET11	Considera que la <b>participación en agrupaciones</b> (clúster) empresariales por parte de las empresas turísticas en el Municipio de Guaymas mejora la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
GET12	Es indispensable la <b>relación entre prestadores de servicios turísticos y el gobierno</b> en sus tres niveles					
GET13	Considera que las <b>alianzas estratégicas</b> entre los prestadores de servicios mejora la					

	operación particular de cada empresa.					
GET14	La <b>atención al turista</b> por parte de las personas que operan las empresas del sector turístico influye en la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
GET15	El <b>trabajo en conjunto</b> entre los prestadores de servicios del municipio conduce al <b>diseño de productos turísticos en el destino</b> .					
GET16	La <b>organización</b> entre prestadores de servicios turísticos conduce a una <b>operación integrada</b> en el destino					
GET17	Los prestadores de servicios turísticos trabajan en <b>conjunto</b> para <b>resolver problemas</b> del destino.					
GET18	<b>Incrementar la oferta turística</b> en el sector turístico del Municipio de Guaymas beneficia la competitividad del destino turístico del municipio de Guaymas.					
GET19	Considera que la <b>logística en transporte y de telecomunicaciones</b> fortalece la competitividad del destino turístico del municipio de Guaymas.					

<b>Categoría 4: Sustentabilidad/Responsabilidad social</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
SUS20	La <b>economía local</b> (generación de empleo, incremento de empresas) influye en el fortalecimiento de la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
SUS21	Los <b>programas sociales</b> (protección a los recursos culturales, promoción de las tradiciones y costumbres de la localidad) influyen en la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					
SUS22	La <b>protección del medio ambiente</b> es indispensable para la competitividad sistémica del destino turístico del municipio de Guaymas.					

**Categoría 5: Competitividad sistémica**

<b>Competitividad</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
CST23	La <b>capacidad de la empresa</b> para <b>ofrecer los servicios turísticos</b> requeridos por los clientes permiten el fortalecimiento de la competitividad.					
CST24	La <b>capacidad de la empresa</b> para <b>posicionarse en el mercado productos turísticos</b> que generen ingresos económicos superiores a la inversión, propicia la competitividad de las mismas.					
CST25	La <b>captación de la cuota del mercado turístico</b> es indispensable para hacer competitiva las empresas del sector turístico.					
CST26	Las actividades en <b>procesos de productos turísticos</b> influye en la competitividad de las empresas del sector turístico.					
CST27	La <b>oferta permanente de productos turísticos</b> propicia la competitividad de las empresas del sector turístico.					
CST28	Las <b>TIC'S son herramientas</b> que generan competitividad a las empresas turísticas.					
CST29	Las <b>certificaciones, distintivos y acreditaciones</b> influyen en la competitividad de las empresas turísticas.					

Nota: la información recolectada, será manejada con fines de comprobar la relación que hipótesis para tesis doctoral. La información será manejada cuidadosamente y confidencial.

¡Gracias por su apoyo!