



Cita bibliográfica: Velarde-Valdez, M, Magio, K.O. y Olmos-Martínez, E. (2023). La competitividad y su desempeño en destinos turísticos costeros: El caso de Mazatlán, México. *Investigaciones Turísticas* (25), pp. 49-76. <https://doi.org/10.14198/INTURI.20037>

La competitividad y su desempeño en destinos turísticos costeros: El caso de Mazatlán, México

Competitiveness and its performance in coastal tourist destinations: The case of Mazatlán, Mexico

Mónica Velarde-Valdez , Universidad Autónoma de Occidente, México
mvelardemx@yahoo.com

Kennedy Obombo Magio , CONACYT - Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Cancún, México
magiobom@yahoo.com

Elizabeth Olmos-Martínez , Universidad Autónoma de Occidente, México
eolmosm.udo@gmail.com

RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar la competitividad del destino turístico de Mazatlán por medio de categorías analíticas y atributos definidos para tomar en cuenta sus características como destino turístico costero y su contexto local que lo coloca entre los destinos turísticos costeros más importantes de México. Se analizan 37 atributos que forman parte de siete categorías. El análisis se realizó desde una perspectiva metodológica mixta, con datos recopilados a través de encuestas, entrevistas, grupos focales y el análisis documental. Se definieron las categorías de análisis en las discusiones de los grupos focales y posteriormente se aplicaron 152 encuestas a actores turísticos para evaluar los 37 atributos. A través de las entrevistas y el análisis documental se fundamentó y se complementó la información obtenida en las encuestas. Cada uno de los 37 atributos fue evaluado, calificado y codificado utilizando un método de semáforo con puntos y colores en el cual; rojo indica atención prioritaria, amarillo indica atención preventiva, azul indica favorable, y verde indica condición muy favorable. De acuerdo con los resultados, los cuatro atributos que requieren atención prioritaria son: mejorar la accesibilidad de los atractivos, el desarrollo de aplicaciones móviles, gestionar de manera eficiente el fortalecimiento de la conectividad aérea y hacer más eficiente el marco político e institucional del destino. Los atributos mejor evaluados son: competitividad en precios, variedad gastronómica, relación calidad/precio e infraestructura por tierra.

PALABRAS CLAVE: Competitividad; destinos turísticos costeros; turismo de sol y playa; Mazatlán; México.

ABSTRACT

This article seeks to analyze the competitiveness of Mazatlan as a tourist destination through analytical categories and attributes defined so as to take into account its characteristics as a coastal tourist destination and its local context that places it among the most important

Fecha de recepción: 26/05/2021 Fecha de aceptación: 07/01/2021

Este trabajo está sujeto a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

©2023 Mónica Valverde-Valdez, Kennedy Obombo Magio y Elizabeth Olmos-Martínez

coastal tourist destinations in Mexico. Thirty-seven attributes are analyzed, grouped into seven categories. The analysis was carried out using a mixed methodological approach with data collected through a survey, interviews, focus groups, and document analysis. The categories of analysis were defined during the focus group discussions and subsequently 152 surveys were administered to tourism stakeholders to collect information about the 37 attributes. Data from interviews and document analysis were used to support and complement the information obtained in the survey. Each of the 37 attributes was analyzed, rated, and coded using a method of points and colors: a traffic light system in which; red indicates priority attention needed for a particular attribute, yellow indicates preventive attention needed, blue indicates positive (good) performance or condition, and green indicates very good condition. According to the results, the four attributes that require priority attention are: improving the accessibility of attractions, the use of mobile applications, strengthening air connectivity and making the political and institutional framework of the destination more efficient. The best performing attributes are price competitiveness, variety of food and beverages, quality / price ratio and land infrastructure.

KEYWORDS: Competitiveness; coastal tourist destinations; sun and beach tourism; Mazatlan; Mexico.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo tuvo un crecimiento continuo hasta antes de la pandemia del COVID-19 en 2020, las llegadas de turistas internacionales según la Organización Mundial del Turismo alcanzaron los 1,5 millones de turistas en 2019, con un incremento de 4% con respecto a 2018 (UNWTO, 2020). Los ingresos ascendieron a \$1,7 billones de dólares en 2018 (UNWTO, 2019). Esto hace evidente que el sector es una de las principales actividades económicas a nivel global, y una opción de generación de ingresos para muchos países y para un gran número de destinos.

Es importante mencionar la situación actual que se vive a nivel mundial por la pandemia COVID-19, donde uno de los sectores más afectados ha sido el turismo, los datos oficiales del impacto de la pandemia por coronavirus COVID-19 al cierre de 2020 reportan una caída del 74% (UNWTO, 2021), y es considerado como el peor año de la historia del turismo, alcanzando un retroceso a niveles de los años noventa. De igual forma, la misma fuente indica que para alcanzar los niveles de 2019 tendrán que pasar entre dos años y medio y cuatro, es decir para el 2023 o finales de 2024.

El turismo ha sido una actividad económica importante para México y según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es uno de los países con mayor actividad turística del mundo, con 41,4 millones de visitantes en 2018, más de dos millones con respecto a 2017 y más de 18 millones con respecto a 2010; correspondiente al mismo cierre de 2018, el país capturó el 29,14% del segmento de mercado turístico de las Américas en términos de llegadas de turistas extranjeros, posicionado en segundo lugar en el continente, solo después de Los Estados Unidos. Así mismo, México alcanzó una captación de divisas por visitantes internacionales de 22 mil 510 millones de dólares en 2018, ocupando en este rubro la posición número dieciséis. En cifras absolutas, los ingresos son superiores en 1.174 millones de dólares a los de 2017 y superan por 10,518 millones a los que se generaron en 2010 (UNWTO, 2019).

Se espera que una vez recuperados los niveles del turismo después de la pandemia, México siga ocupando los primeros lugares en cuanto a llegadas de turistas internacionales. No obstante, se requiere seguir trabajando para ser parte del top ten del ranking de llegadas y escalar posiciones en cuanto al ingreso por turismo internacional. Sin embargo, los mercados presentan grandes retos económicos y políticos, principalmente por los ambientes turbulentos y complejos que se viven en la actualidad, por ello, se requiere sumar esfuerzos para alcanzar la competitividad de los destinos turísticos.

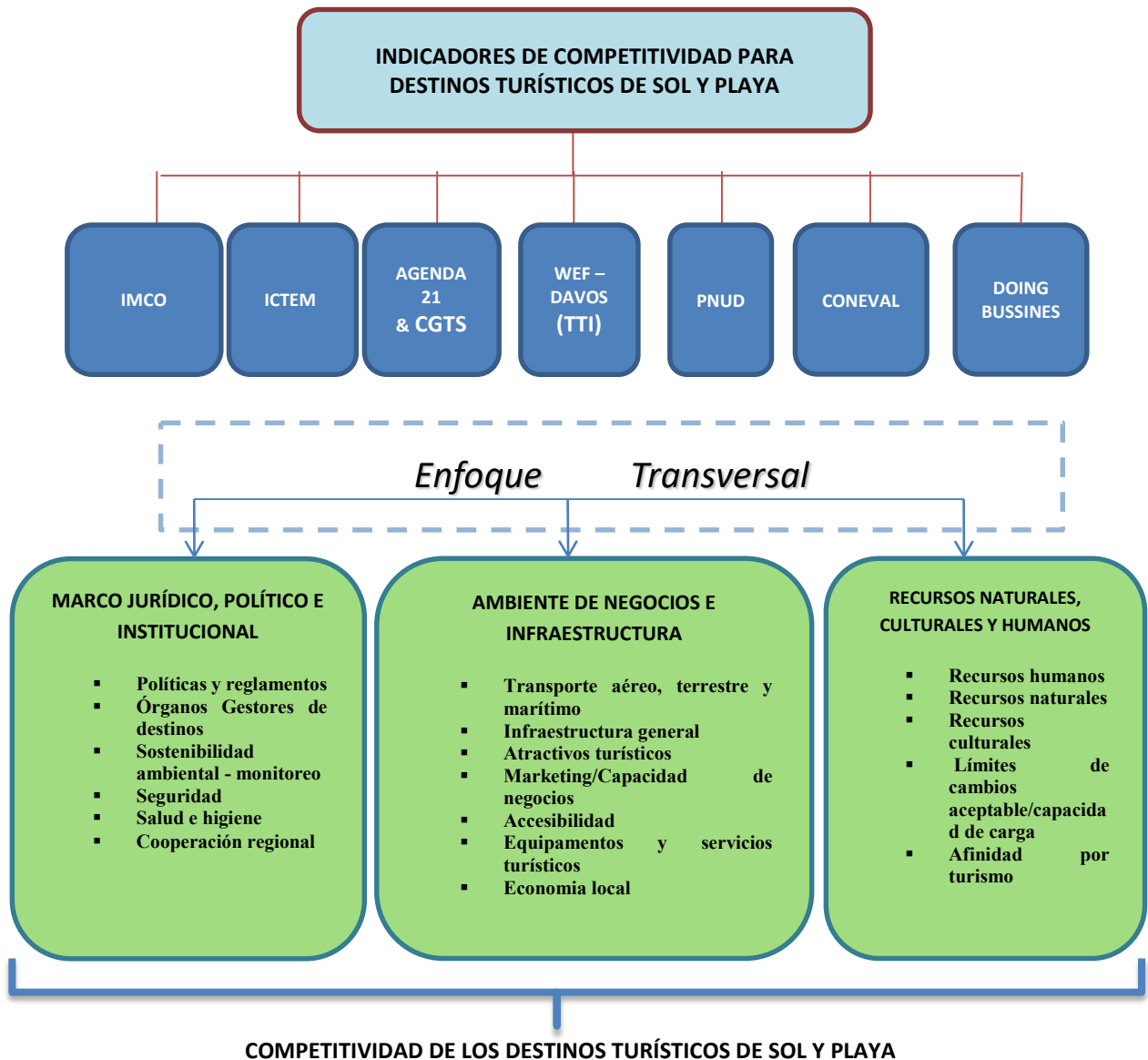
El sector turístico se ha reconfigurado en las últimas décadas, han estado surgiendo a lo largo del mundo nuevos destinos emergentes, como China, Rusia, Brasil y México que han desafiado a los grandes bloques tradicionales turísticos como Europa y América del Norte, que aunque presentan diversas crisis sociales, económicas y problemas sanitarios, estos destinos están viendo en el turismo una alternativa para la generación de fuentes de ingresos de divisas y empleos necesarios, así como oportunidades para el desarrollo regional. Dentro de este entendimiento, los destinos turísticos se encuentran en la búsqueda de la competitividad con el objetivo de permanecer en el entorno cada vez más turbulento y competido. Respondiendo a esta necesidad, se realizó el presente trabajo con el objetivo de analizar la competitividad del destino turístico de Mazatlán por medio de categorías y atributos definidas desde un enfoque de la competitividad de destinos turísticos.

II. CONSTRUCCIÓN TEÓRICA DE LA COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS

La competitividad es un concepto que ha sido definido ampliamente, encontrando múltiples definiciones aceptadas que hacen énfasis a la necesidad de alcanzarla para ser parte de los mercados internacionales. Una definición muy aceptada es la de Porter (1990) que indica que “la competitividad consiste en la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población”, el autor hace referencia a la necesidad de aumentar la productividad para lograrlo.

Entre las primeras propuestas enfocadas a la competitividad, encontramos las aportaciones realizadas por Porter (1991) a través de su diamante de competitividad, el cual ha sido uno de los más usados por décadas, y Esser et al. (1996) quienes analizan los niveles de la competitividad sistémica. Desde la parte teórica, la competitividad turística ha sido retomada y abordada de manera transversal, para formar la base de los diferentes índices o criterios utilizados en la medición del desempeño turístico: Criterios Globales de Turismo Sostenible- CGTS, Agenda 21, Reporte de la Competitividad Turística, del Foro Económico Mundial (World Economic Forum [WEF], 2017), Programas de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD, Instituto Mexicano para la Competitividad- IMCO, Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos- ICTEM, Informes Doing Business (ver figura 1). Lo anterior permite poner en contexto la amplitud y profundidad que se requiere para alcanzar la competitividad, y el sector turístico no es la excepción, en la búsqueda de conquistar mercados internacionales y a la vez enfocarse en mejorar la calidad de vida de la población.

Figura 1. Marco conceptual: Indicadores de competitividad para destinos turísticos de sol y playa



Elaboración propia

Tomando como base el marco conceptual anterior, y evolucionando más allá de la ventaja competitiva con el objetivo de medir y explicar la competitividad de destinos turísticos. A principios de este siglo, se presentaron dos principales modelos de competitividad especialmente diseñados para el campo del turismo, se consideran los principales referentes teóricos en esta materia: Modelo de Competitividad y Sostenibilidad para Destinos Turísticos (Ritchie y Crouch, 2003), y el Modelo de Competitividad de Destinos Turísticos (Dwyer y Kim, 2003). En las últimas décadas han surgido un gran número de publicaciones que con base en estos enfoques teóricos se han estudiado destinos y países desde la perspectiva de los actores turísticos y de los turistas, en el siguiente apartado se analizan algunos estudios realizados en Europa, África y América.

Una de las principales bases teóricas de los estudios de competitividad de destinos turísticos es propuesta por Crouch y Ritchie, quienes son considerados pioneros en este tema, desarrollaron el modelo de competitividad, conocido como Modelo de Calgary (Crouch y Ritchie, 1999). Estos mismos autores (Ritchie y Crouch, 2003) hicieron una revisión de su modelo presentando el Modelo de competitividad y sustentabilidad para destinos turísticos donde fueron incluidas nuevas dimensiones y determinantes (ver figura 2).

Figura 2. Modelo de Competitividad y sostenibilidad para destinos turísticos

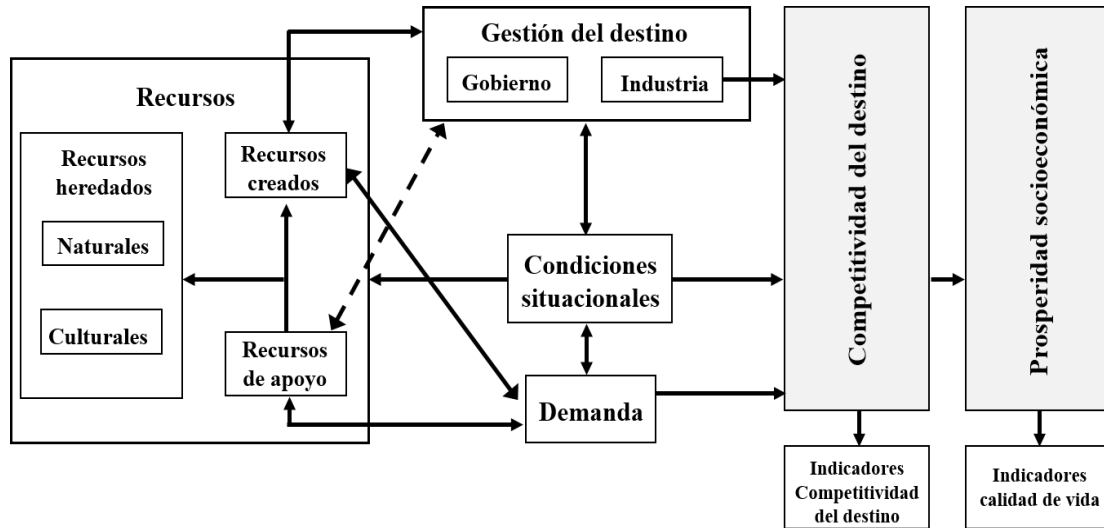


Fuente: Ritchie y Crouch (2003)

Este modelo contribuye en la competitividad de un destino en aspectos de desempeño económico y de igual forma se enfoca en el bienestar de la población. Se considera al sistema turístico como un sistema abierto, sujeto a influencias que surgen desde fuera del sistema. Por un lado, está el entorno global o macroentorno, el cual afecta a todas las actividades humanas, no solamente a la industria de viajes y turismo en sus efectos, esto trae como consecuencia que un acontecimiento a nivel mundial pueda tener consecuencias en el desarrollo y competitividad de un destino turístico. El microentorno competitivo está formado por las organizaciones turísticas públicas y privadas, influencias y fuerzas que se encuentran dentro del ámbito inmediato de actividades turísticas y competencia del destino. En este modelo se definen 36 atributos con los que se mide la competitividad de los destinos turísticos, divididos en cinco grupos: Factores y recursos de apoyo; recursos básicos y atracciones turísticas; gestión del destino; Política, planificación y desarrollo de destino y determinantes calificativos y amplificadores. Uno de los elementos fundamentales de este modelo, el cual es considerado para esta investigación es la asociación que estos autores hacen de la competitividad con el concepto de la sostenibilidad, ya que un destino no podría ser competitivo si se impacta negativamente la parte ambiental y social. Jiménez y Aquino (2012) consideran que una de las principales críticas de este modelo es que todos los factores parecen tener la misma relevancia, cuando en la práctica de la actividad turística esto no ocurre de esta forma.

El otro marco referencial más citado en este tipo de investigaciones y que sirve de fundamento para la presente investigación es el Modelo de Competitividad de Destinos Turísticos de Dwyer y Kim (2003), los autores se basan en los elementos de competitividad estudiados por Crouch y Ritchie y hacen una propuesta más sólida que reconoce explícitamente las condiciones de la demanda como un determinante importante de la competitividad del destino (ver figura 3).

Figura 3. Modelo de Competitividad de Destinos Turísticos



Fuente: Dwyer y Kim (2003)

Como puede verse en la imagen anterior el modelo consta de los siguientes factores; por un lado, los recursos heredados que involucran a los naturales y culturales, los recursos creados que incluye la infraestructura turística y los recursos de apoyo que abarcan la infraestructura de manera general. La gestión del destino se refiere a las actividades realizadas por el sector público, así como la gestión de destinos que lleva a cabo el sector privado. Las condiciones situacionales son las fuerzas del entorno que repercuten en la competitividad del destino. Así como las condiciones de la demanda que abarcan la concienciación, percepción y preferencias de la demanda turística. Los anteriores elementos permiten definir los indicadores de competitividad del destino y los indicadores de calidad de vida.

En la propuesta anterior se hace evidente que hay una gran cantidad de indicadores que se pueden usar, y que éstos pueden ser distintos para cada destino, lo anterior da fundamento a la propuesta planteada en esta investigación. Uno de los elementos que fortalecen este modelo, es que los autores lo validaron realizando un estudio con referencia a los flujos turísticos bilaterales entre Australia y la República de Corea (Kim y Dwyer, 2003).

El tema ha tomado una amplia relevancia en las últimas dos décadas, Hong (2009) entiende como modelo de competitividad del destino turístico la capacidad de un destino para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas, incluidos los productos de valor añadido y servicios considerados importantes por los turistas. Entre los principales elementos de coincidencia además de que pretenden continuar y fortalecer su posición en los mercados nacionales e internacionales, es lo relacionado con el cuidado del medio ambiente y la búsqueda de la satisfacción de todos los involucrados, no solo el turista como unos años atrás se consideraba.

Tomando como base el sustento teórico mencionado en este apartado y a través de una revisión exhaustiva se definieron las siguientes siete categorías que sirvieron como base para el análisis de la competitividad del destino turístico de Mazatlán: factores y recursos de apoyo, recursos heredados, gestión del destino, sustentabilidad, seguridad turística, condiciones situacionales y Tecnologías de la Información y Comunicación (Ritchie y Crouch, 2003; Dwyer y Kim, 2003; WEF, 2017; Hong, 2009; Porter, 1991; Esser et al., 1996).

III. ESTUDIOS SOBRE COMPETITIVIDAD EN DESTINOS TURÍSTICOS

En la última década, los estudios sobre la competitividad de destinos han crecido significativamente, destacan trabajos que se basan en factores, indicadores o atributos para medir la competitividad de los destinos, en esta investigación se analizaron de manera detallada los siguientes estudios con la idea de contrastar los resultados encontrados. Algunos estudian países o destinos turísticos desde el punto de vista de los actores del sector y otros desde la perspectiva de los turistas. Cronjé y Du Plessis (2020) mencionan que la mayoría de los casos estas investigaciones están basadas en países de Europa, las investigaciones encontradas en América son de las menores en el análisis realizado por los autores.

Algunas investigaciones realizadas en Europa desde el enfoque de los actores turísticos son las siguientes. Novais et al. (2018) realizan una investigación cualitativa que tiene por objetivo investigar cómo los individuos con diversos intereses entienden el concepto de competitividad en el destino, teniendo como caso de estudio a Portugal. Perna et al. (2018) desarrollan y aplican un modelo para evaluar la competitividad de destinos, analizan como casos de estudio 13 regiones mediterráneas de España. Cucculelli y Goffi (2016) contribuyen en la literatura mediante la integración de un modelo con características relacionadas con la sostenibilidad que prueban en destinos destacados reconocidos con prestigiosos premios nacionales e internacionales de Italia. Rodríguez-Antón et al. (2016) proponen un modelo cuantitativo para analizar la competitividad de destinos turísticos aplicado en la Unión Europea, destacan que el país con mayor competitividad turística es Alemania, seguido por Italia, Reino Unido, Francia y España. Goffi (2013) propone un conjunto de indicadores integrados en un modelo, el cual se prueba en destinos italianos para medir la competitividad del destino. Kozak (2009) desarrolla un método para medir la posición competitiva directa de un país en comparación con otros países similares en el mismo conjunto de competitividad, estudia la posición competitiva de Turquía en relación con otros dos países del área mediterránea.

En Asia, Reisinger et al., (2019) específicamente en los Emiratos Árabes Unidos, realizaron un estudio donde se determinaron los factores de la competitividad del destino analizado desde la perspectiva de los turistas a través de una regresión jerárquica, se encontró que infraestructura de destino y los servicios de apoyo, seguidos de los recursos de destino, tuvieron el mayor efecto significativo en la competitividad turística. En este mismo continente Enright y Newton (2005), realizaron un estudio comparando Hong Kong con sus dos principales competidores Singapur y Bangkok donde se evaluaron 37 atributos desde la perspectiva de los actores turísticos.

En África, Adeleke y Ogunsusi (2018) realizan un estudio en Nigeria, evaluando a los operadores en la primera línea del turismo como factor antecedente para la competitividad

de los destinos de playa. Du Plessis et al. (2015) en su estudio determinaron los factores que hacen un destino competitivo teniendo un estudio de caso en Sudáfrica.

En América, Luján et al. (2019), analizan hoteles boutique en la ciudad de Puebla en México, con la intención de identificar los elementos que detonan su competitividad. Amaya et al. (2017), realizaron un estudio en dos destinos turísticos de México; Cancún y Manzanillo, para determinar cómo se percibe la competitividad desde el enfoque de los residentes y de los visitantes. Velarde et al. (2015) realizaron un estudio de competitividad del destino turístico de Mazatlán, analizaron 120 variables de medición que fueron abordadas mediante un análisis mixto. Ruiz et al. (2013) realizaron un estudio de competitividad de destinos turísticos, estudiando el Caso de Foz de Iguazú, los autores determinaron una matriz con indicadores de competitividad, con los que se hizo el análisis a través de entrevistas con los responsables de los destinos turísticos. Otro estudio que es importante resaltar es el realizado por Gómez-Vega y Herrero-Prieto (2018), quienes con el enfoque de competitividad de destinos evaluaron la eficiencia turística de 17 países en América Latina y el Caribe de 2011-2015, encontraron que los países más eficientes se encuentran en el Caribe y México, los cuales se especializan en turismo de sol y playa.

El análisis de la competitividad de los destinos turísticos se beneficia de un número creciente de desarrollos teóricos y aplicados, los trabajos anteriores, hacen evidente que no existe un conjunto de indicadores que se puedan utilizar para todos los destinos, ya que se deben considerar situaciones y contextos específicos. Los estudios anteriores, tienen en común que soportan sus análisis en los modelos de competitividad de destinos turísticos de Dwyer y Kim (2003) y Ritchie y Crouch (2003), a pesar de ser realidades diferentes para el caso de los estudios realizados en Europa, África y América, se encuentran algunos contrastes y similitudes que se mencionan en el apartado de resultados.

IV. METODOLOGÍA

Esta investigación se desarrolló con un enfoque mixto, usando técnicas de recolección de datos cuantitativas y cualitativas, como: grupos focales, entrevistas, encuestas y el análisis documental. En un primer momento se realizó una revisión sobre la competitividad y los destinos turísticos competitivos para identificar el sustento teórico de la investigación y definir los atributos de competitividad de destinos turísticos, entre las que destacan: Ritchie y Crouch (2003), Dwyer y Kim (2003), WEF (2017); Hong (2009); Porter (1991); Esser et al. (1996).

En la parte cualitativa, para definir los atributos, la presente investigación se basó en la descripción que hicieron los informantes de sus propias perspectivas, prácticas y experiencias; luego inductivamente se identificaron patrones comunes de las respuestas, extrayendo temas que reflejan las descripciones (análisis temático o de contenido). En total, 12 líderes de opinión fueron seleccionados y entrevistados como parte del muestreo deliberado. Éstos satisfacían el criterio principal de muestreo establecido de manera cuidadosa: ser actor clave del turismo en Mazatlán con una antigüedad de por lo menos 10 años de servicio en el sector público o privado. Sobre los grupos focales, fueron dos en los cuales participaron varios líderes de opinión: 2 representantes de la Asociación de Hoteles de Mazatlán, 3 funcionarios públicos, 4 investigadores, representantes de dos Asociaciones Civiles y dos consultores. Cabe señalar que en los estudios cualitativos no se determina a priori un tamaño de muestra, como lo menciona Hernández Sampieri, Fernández Collado &

Baptista Lucio (2014:385) “en la indagación cualitativa el tamaño de muestra no se fija a priori (antes de la recolección de los datos), sino que se establece un tipo de unidad de análisis y a veces se perfila un número aproximado de casos, pero la muestra final se conoce cuando las nuevas unidades que se añaden ya no aportan información o datos novedosos (“saturación de categorías”), aun cuando agreguemos casos extremos”. Si se quiere tener una idea del rango de unidades de la muestra, los autores señalan que en las investigaciones cualitativas los intervalos de las muestras varían de uno a 50 casos (Hernández Sampieri et al., 2014).

Los resultados del análisis cualitativo permitieron definir 37 atributos para las siete categorías que habían sido definidas en la revisión teórica. A partir de lo anterior, se construyó una encuesta para evaluar la competitividad del destino turístico para cada uno de los 37 atributos definidos, utilizando una escala Likert de diez puntos, dando un valor de 1 para una “competitividad deficiente”, hasta 10 para una “alta competitividad”, el instrumento fue dirigido a actores turísticos. La muestra de este estudio está conformada por actores involucrados en la industria turística de Mazatlán. Para estimar el tamaño de la muestra se hizo a partir de un análisis de la población general de los diversos actores turísticos (ver tabla 1); alojamiento, restaurantes, operadores/agencias de viajes, empresas de transporte, funcionarios de gobierno local y regional, organizaciones civiles, académicos e investigadores, alcanzando una población de 401.

Tabla 1. Población general actores turísticos por categoría

Categoría		Población general
Sector privado	Alojamiento	102
	Restaurantes (con afluencia turística; malecón, zona dorada, marina, cerritos, plazas comerciales, centro, olas altas)	199
	operadores/agencias de viajes	18
	Empresas de transporte	22
Sector público	Funcionarios locales y regionales	20
Líderes de opinión	Expertos	20
	Organizaciones civiles	10
	Investigadores	10
Población total		401

Fuente: Adaptada a partir de Velarde et al. (2015)

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula cuando se conoce el tamaño de la población que es la siguiente:

$$n = \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{d^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra requerida

N = Tamaño de la población

Z_α = Nivel de confianza del 95% (1,96)

p = probabilidad de éxito o proporción esperada del 80%.

q = probabilidad de fracaso del 20%

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción), se acepta el 5%

$$n = \frac{(401)(1,96)^2(0,8)(0,2)}{(0,05)^2(400) + (1,96)^2(0,8)(0,2)} = 152$$

Como se puede observar, al aplicar la fórmula de población finita, el resultado usando un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% es de 152 encuestas para aplicar a actores del sector turístico. Se realizó una prueba piloto de marzo a junio de 2019, con el objetivo de identificar problemas relacionados con el diseño del instrumento, instrucciones y la claridad de cada uno de los atributos. Esta investigación es transversal, el trabajo de campo para la aplicación de la encuesta se realizó de agosto de 2019 a enero de 2020, la cual fue aplicada de manera electrónica a través de los formularios de Google Forms, para asegurar que la encuesta fuera respondida por los actores deseados, se solicitó en los datos generales que indicaran el puesto dentro de la organización, siendo aceptados y válidos para esta investigación: propietarios, directores, presidentes, gerentes, administradores e investigadores.

En la tabla 2 se presenta el perfil de los encuestados, de los 152 el 70% declararon estar casados, mientras que el restante 30% solteros. En cuanto al ramo de la empresa dentro del sector, el 80% de los encuestados representan a los dos principales subsectores que son el de alojamiento y el restaurantero. Por otra parte, 12,5% tiene estudios de posgrado, 76% cuenta con licenciatura y, 12% con bachillerato o carrera técnica. Respecto a los años de experiencia, el 15% tiene menos de 9 años, el 55% entre 10 y 19 años y, por último, el 30% cuenta con más de 20 años de experiencia.

Tabla 2. Perfil de los encuestados

Característica Demográfica	Categoría	Porcentaje
Estado civil	Casado	69,7%
	Soltero	30,3%
Edad (años)	<= 28	3,9%
	29-38	28,9%
	39-48	40,1%
	49-58	21,1%
	59-68	4,6%
	> 69	1,3%
Ramo	Alojamiento	40,8%
	Centro de convenciones	0,7%
	Gobierno estatal	2,0%
	Gobierno municipal	0,7%
	Investigación / educación	4,6%
	Operadores turísticos	7,9%
	Restaurante	38,9%
	Transporte	4,6%

Años de experiencia	<= 9	15,1%
	10-19	55,3%
	20-29	17,1%
	30-39	9,9%
	40-49	1,3%
	> 50	1,3%
Nivel de estudios	Preparatoria / Carrera técnica	11,8%
	Licenciatura	75,7%
	Posgrado	12,5%

Elaboración propia

Una vez aplicadas las encuestas, los datos fueron analizados en SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), en un primer momento se midió la fiabilidad, para ello se calculó el Alfa de Cronbach, se analizaron las respuestas generadas sobre la competitividad del destino turístico de Mazatlán para los 37 atributos, el Alfa de Cronbach para los 152 instrumentos válidos arrojó $\alpha=0,979$, al ser considerado como un coeficiente muy confiable se procedió con el siguiente análisis.

Para cada uno de los 37 atributos se calculó la media y la desviación estándar, es importante mencionar que se identifican calificaciones altas realizadas por los encuestados, las medias oscilan entre 8,8684 y 7,1447 (ver tabla 6). Posteriormente, con la intención de analizar los datos a la luz de una metodología de semáforo para identificar con colores la evaluación realizada por los actores turísticos, se determinó la diferencia entre la media más alta y la más baja 1,7237, se dividió entre cuatro, para asignar rangos. Quedando asignado de la siguiente forma; verde para los atributos con una media entre 8,8684 y 8,4375; azul para las medias de 8,4374 y 8,0066; amarillo para las medias entre 8,0065 y 7,5756 y color rojo a los atributos con media entre 7,5755 y 7,1147 (ver tabla 3).

Tabla 3. Rangos asignados para el análisis de semáforo

Color	Rango	Observación
Verde	8,8684 - 8,4375	Condición muy favorable
Azul	8,4374 – 8,0066	Condición favorable
Amarillo	8,0065 – 7,5756	Atención preventiva
Rojo	7,5755 – 7,1147	Atención prioritaria

Elaboración propia

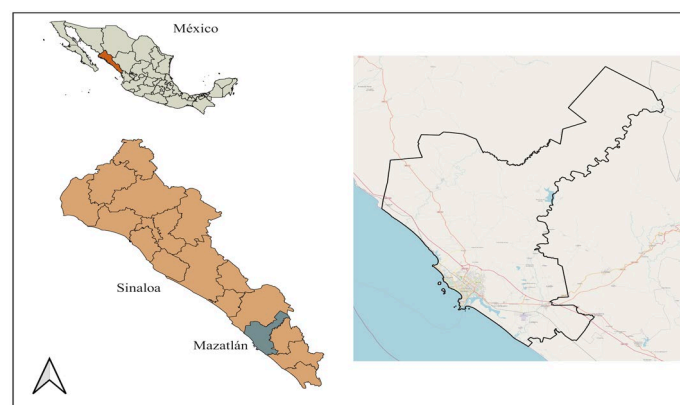
Por último, a la luz de los resultados de las encuestas, se complementó información para cada uno de los 37 atributos, a través de entrevistas a actores estratégicos y de un análisis documental riguroso sobre fuentes de información en instituciones formales y revistas especializadas en el área de turismo, entre ellas; la Secretaría de Turismo, Gobierno Municipal de Mazatlán, [Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales](#) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, entre otros.

V. MAZATLÁN; DESTINO TURÍSTICO DE SOL Y PLAYA

Mazatlán es uno de los principales destinos turísticos de sol y playa ubicados en el pacífico mexicano, cuenta con una extensión territorial de un poco más de 3 mil kilómetros cuadrados (Ayuntamiento de Mazatlán, 2018) a una distancia de 21 kilómetros del Trópico de Cáncer (ver figura 4). El turismo es una de las actividades más importantes para este destino, teniendo como principal atracción sus playas de más de 20 kilómetros de longitud, de los cuales 7,5 kilómetros son de malecón, sin construcción de edificios que permite apreciar a los paseantes la vista al mar (SEMARNAT, 2012). Mazatlán es uno de los principales puntos para el desarrollo del comercio en el país; ya que está ubicado en la Puerta del Corredor Económico del Norte, lo que representa una oportunidad estratégica para el desarrollo.

Según el Censo de Población y Vivienda de 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el municipio de Mazatlán cuenta con una población de 501.441 (INEGI, 2020), con un 26,76% en pobreza moderada y un 1,36% en pobreza extrema¹, lo que lo posiciona como el segundo municipio del estado con menor porcentaje de pobreza, solo por debajo de la capital del estado (CONEVAL, 2017).

Figura 4. Municipio de Mazatlán



Elaboración propia con base en datos geográficos de 2019 del INEGI

En cuanto a las llegadas de turistas, Mazatlán ha crecido importantemente en los últimos años (sin contar la caída del 2020 originada por la contingencia sanitaria del COVID-19), se puede ver en la tabla 4, que el crecimiento general lo soporta el turismo nacional, ya que el turismo internacional a pesar de tener un crecimiento importante en 2017 y 2018, el resto de la década se tuvo un decremento. Derivado de la pandemia COVID-19 se registró una caída en 2020 del 24,35% en cuanto a llegadas de turistas a Mazatlán, alcanzando los niveles de 2017. De igual forma se puede apreciar que Mazatlán ha estado en el top cinco de llegadas de turistas en la última década (DATATUR, 2021).

¹ Se considera a una persona en situación de pobreza extrema cuando tiene al menos tres carencias sociales (en los indicadores de rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación) y, además, su ingreso total es menor que la línea de bienestar mínimo (CONEVAL, 2017).

Tabla 4: Llegadas de turistas a Mazatlán

Año	Llegadas	Crecimiento (+/-)	Internacionales			Nacionales			Posición *
			Número personas	Crecimiento (+/-)	%	Número personas	Crecimiento (+/-)	%	
2011	1.548.300	-3,46	378.624	-10,44	24,45	1.169.676	-0,96	75,55	5to.
2012	1.591.233	2,77	336.213	-11,20	21,13	1.255.020	7,30	78,87	5to.
2013	1.743.575	9,57	328.512	-2,29	18,84	1.415.063	12,75	81,16	5to.
2014	1.921.951	10,23	316.979	-3,51	16,49	1.604.972	13,42	83,51	5to.
2015	1.981.883	3,12	269.445	-15,00	13,60	1.712.438	6,70	86,40	5to.
2016	2.154.570	8,71	235.731	-12,51	10,94	1.918.839	12,05	89,06	5to.
2017	2.462.870	14,31	576.179	144,42	23,39	1.886.691	-1,68	76,61	4to.
2018	2.707.365	9,93	857.482	48,82	31,67	1.849.883	-1,95	68,33	5to.
2019	3.288.593	21,47	837.651	-2,31	25,47	2.450.942	32,49	74,53	4to.
2020	2.490.966	-24,35	699.720	-16,47	28,09	1.791.246	-26,92	71,91	3ra.

* Posición que ocupa Mazatlán con relación a Llegadas de turistas en los principales centros de playa de México

Elaboración propia con base en DATATUR (2021)

Es importante mencionar la caída del 24,35%, la peor caída de los tiempos modernos del turismo, que si bien, posicionó a este destino turístico en la posición número 3 en destinos de sol y playa en México, es necesario destacar que esa posición es por la afectación de los principales destinos de sol y playa derivado del cierre de fronteras internacionales por la contingencia mundial. Es relevante mencionar el potencial del destino para el turismo de reuniones y la llegada de cruceros que tenían un crecimiento sostenido los últimos años hasta antes de la pandemia.

En la última década; de 2011 a 2019, sin considerar el 2020 ya que algunos indicadores tuvieron un crecimiento negativo, el cual es atribuido a la pandemia de coronavirus, como puede verse en la gráfica anterior se muestra un crecimiento de 112,4% en cuanto a llegadas de turistas. Este crecimiento se puede atribuir al periodo histórico previo al tianguis turístico de 2018, ya que se tuvo una promoción turística sin precedentes, así como presencia de prensa nacional e internacional, lo que dio una gran visibilidad al destino en diferentes países (Velarde et al., 2021)

Otros indicadores (veáse tabla 5) también muestran crecimiento, en relación con los cuartos disponibles en 2019 Mazatlán cerró con 10.169 lo que representó un incremento de 7,25% con respecto a 2011. Es importante mencionar el crecimiento de la oferta extrahotelera e inmobiliaria que ha tenido Mazatlán en los últimos años, según Grupo Expansión (06 abril 2021) para este año se tienen programados 40 desarrollos verticales en el puerto, es evidente, que a pesar de la pandemia de coronavirus y la crisis económica que se está viviendo a nivel mundial y nacional, se está dando un boom inmobiliario en el destino. Esta misma fuente indica que de noviembre de 2018 a diciembre de 2020 se invirtieron 18.239 millones de pesos en 98 proyectos.

Tabla 5: Indicadores turísticos de Mazatlán (2011-2019)

Indicador	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Variación 2011-2019
Número de cuartos	9.482	9.482	9.397	9.333	9.339	9.447	10.000	9.857	10.169	+7,25
Ocupación Hotelera	47,4 %	47,5 %	50,6 %	55,2 %	59%	61,4 %	60,8%	60,3 %	64,1%	+35,26
Estadía Promedio	3	2,87	2,73	2,77	2,92	2,8	2,74	2,1	2,38	-20,67

Elaboración propia con base en DATATUR (2021)

El Tianguis Turístico que se llevó a cabo en el puerto en 2018 ha sido un gran detonante tanto de inversiones públicas como privadas, en este momento, se están gestando un número importante de proyectos que detonarán de manera sustancial al destino y por supuesto al turismo, entre los cuatro más relevantes se pueden mencionar: El Acuario más grande de Latinoamérica, De la Rosa (19 abril 2021) indica que se tiene contemplada una inversión de más de 1.450 millones de pesos, de los cuales 60% son inversión privada y el resto será aportado por el Fondo Nacional de Infraestructura (Fonadin) y por la Secretaría de Turismo, a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), proyecto iniciado desde finales de 2018. Por otro lado, tres megaproyectos en los que se destaca una inversión que alcanzará los 35.000 millones de pesos (Vega, 12 diciembre 2020): Proyecto T-Mec que enlazará por vía ferroviaria a Mazatlán hasta Winnipeg, Canadá, pasando por importantes conexiones que permitirá impulsar el comercio con Estados Unidos. De igual forma se está emprendiendo el proyecto Parque Aéreo Mazatlán que se encargará de construir aviones no tripulados; drones de los más grandes del mundo. Por último, se está iniciando la construcción de un nuevo Puerto de Carga, proyecto a largo plazo que tendrá una inversión en diversas etapas, con una inversión inicial de 900 millones de dólares en donde la primera etapa concluirá en 2024 (Reyes, 21 mayo 2021), la misma fuente indica que Mazatlán en este momento tiene una capacidad para 40.000 contenedores anuales, este proyecto permitirá el manejo de alrededor de cuatro millones de contenedores. Se espera que los proyectos anteriores tengan un gran impacto económico y en la competitividad en el destino.

Lo anterior da cuenta del crecimiento en inversión e infraestructura turística que está teniendo el destino turístico de Mazatlán. Adicional a ello, es importante mencionar proyectos de inversión pública en años recientes como la remodelación del malecón en 2018 que ha potenciado este espacio público y turístico por excelencia, con una ciclovía a lo largo de los 7,5 kilómetros de malecón, así como la apertura en 2020 de un estadio de fútbol. De igual forma el destino cuenta con grandes eventos de gran afluencia turística que se realizan a lo largo del año, como es el carnaval, el cual es considerado uno de los más importantes de México que se viene realizando desde finales del siglo XIX, así como la celebración de la Semana Santa, Semana de la Moto, el triatlón Mazatlán Pacífico, entre otros.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados del presente estudio se desarrollan tomando como base las siete categorías definidas para el análisis de la competitividad de este destino turístico: Factores y recursos de apoyo, Recursos heredados, Gestión del destino, Sustentabilidad, Seguridad turística, Condiciones situacionales y Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), así como los 37 atributos asignados a las categorías. En la siguiente tabla, se presentan la media

y la desviación estándar (DE) de la evaluación de cada atributo, de igual forma se asigna el color verde, azul, amarillo o rojo, de acuerdo con el valor correspondiente al sistema de indicadores tipo semáforo. Se incluye un espacio para resaltar las principales características relacionadas con las categorías de análisis.

Tabla 6: Categorías y atributos del destino turístico de Mazatlán (media, desviación estándar y color asignado según el semáforo)

Categorías	Atributos	Media	DE	Posición	Observación
Factores y recursos de apoyo	Infraestructura aérea	7,3487	2,0369	35	<ul style="list-style-type: none"> Se requiere fortalecer la conectividad aérea, principalmente con ciudades del norte y centro del país, así como diversas ciudades de Estados Unidos. Se cuenta con carreteras en buenas condiciones. Se requiere trabajar en acceso para personas con capacidades diferentes en atractivos turísticos y playas. Suficientes establecimientos turísticos y atención de calidad. Cuenta con diversidad de actividades turísticas, entre ellas, tres lugares emblemáticos que son considerados como íconos para el destino; el Malecón, Centro histórico y Faro. Infraestructura que soporta el creciente segmento de congresos. El destino se ha caracterizado por su calidez en el trato a los turistas.
	Infraestructura por tierra	8,4868	1,3714	4	
	Accesibilidad del destino	8,1579	1,9296	17	
	Accesibilidad de los atractivos para todos / incluyendo personas con capacidades diferentes	7,1447	2,3513	37	
	Disponibilidad de Alojamiento	8,1776	1,4922	14	
	Calidad de Alojamiento	8,2105	1,7133	12	
	Servicio de Restaurantes	8,2697	1,3809	8	
	Calidad de los Restaurantes	8,1974	1,4963	13	
	Disponibilidad y variedad de eventos especiales	7,6711	1,6629		
	Disponibilidad de actividades turísticas	7,8934	1,5462	23	
	Variedad de actividades de entretenimiento	7,7368	1,5894	25	
	Variedad y opciones de compras	7,6908	1,5915	27	
	Hospitalidad / trato	8,2974	1,5613	7	
	Calidad en el servicio al cliente	8,0395	1,6752	20	
Recursos heredados	Disponibilidad y variedad de recursos naturales	8,4737	1,2657	5	<ul style="list-style-type: none"> Diversidad de atractivos naturales y culturales que representa una fuerza de oferta turística.

	Disponibilidad y variedad de recursos culturales y patrimoniales	8,3947	1,4196	6	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura, que lo hace un destino muy atractivo para el turismo norteamericano. • Diversidad y una completa riqueza gastronómica.
	Variedad gastronómica	8,7763	1,0747	2	
Gestión del destino	Publicidad y promoción del destino	8,2632	1,9892	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la comercialización a través de medios tecnológicos y redes sociales. • Adecuada cadena de distribución entre operadores turísticos y agencias de viaje. • Capital humano capacitado. • Oferta educativa en turismo en los diferentes niveles educativos. • Prestadores de servicios certificados
	Eficiencia de cadenas de suministro	8,0395	1,6148	20	
	Capacidad del capital humano	8,1513	1,5558	18	
	Eficiencia del marco político e institucional	7,4211	1,8252	34	
Sustentabilidad	Cuidado de los recursos/áreas naturales protegidas	7,6579	2,0397	29	<ul style="list-style-type: none"> • Existen leyes sobre la protección del medio ambiente. • Escasas acciones y programas en materia de planeación estratégica y sostenibilidad del destino, sobre todo para el manejo de la basura y tratamiento de aguas residuales. • Se requiere fortalecimiento en limpieza y conservación de ese entorno natural. • No se cuenta con drenaje ni el relleno sanitario. • Playas certificadas y diversas certificaciones ambientales.
	Eficiencia de acciones de conservación	7,4671	1,8838	33	
	Gestión y política ambiental	7,5132	1,8233	32	
	Limpieza de espacios de uso turístico	7,9013	1,7215	22	
	Tratamiento de aguas residuales	7,5921	1,8427	31	
	Certificaciones ambientales y de sustentabilidad	7,6118	1,7149	30	
Seguridad turística	Seguridad / protección civil	8,1776	1,6321	14	<ul style="list-style-type: none"> • Se tiene una policía turística como apoyo en la seguridad del visitante. • Las alertas de viaje no incluyen al destino. • El impacto de los medios influye en la percepción de inseguridad.
	Acciones para fomentar seguridad	8,2500	1,4247	10	
	Instrumentos de seguridad pública/policía turística	8,2171	1,5480	11	
Condiciones situacionales	Clima	8,1776	1,3026	14	<ul style="list-style-type: none"> • Clima favorable, se tiene una media anual de 25 grados centígrados. • Imagen del destino posicionada como un destino atractivo para el turismo nacional e internacional.
	Imagen / Marca del destino	8,1447	1,7125	19	

	Competitividad en precios	8,8684	1,5470	1	<ul style="list-style-type: none"> • Destino turístico de precios competitivos a sus similares destinos de sol y playa en el país y con una relación adecuada entre calidad y precio.
	Relación calidad/precio	8,6711	1,5812	3	
Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs)	Manejo de información acerca del destino/Inteligencia turística	7,7039	2,0774	26	<ul style="list-style-type: none"> • Diversas páginas Web con información del destino. • Propuesta de acceso a Internet en sitios públicos. • Insuficientes aplicaciones móviles que permitan atender el creciente interés de los turistas en este tipo de tecnología.
	Internet en sitios turísticos	7,8355	1,9204	24	
	Aplicaciones móviles para el turismo	7,2434	1,8557	36	

Elaboración propia

La presente investigación generó resultados mixtos, tanto vacíos o puntos débiles como mejores prácticas. Cabe señalar que Mazatlán como destino turístico se enfrentó a una serie de retos en los últimos 10 años, entre ellos la contracción de la demanda internacional por diversas crisis desde 2010, los problemas de inseguridad, posteriormente la situación económica desfavorable en los principales mercados emisores de este destino (estadounidense y canadiense) y por último la pandemia de COVID-19, lo cual redujo el flujo de turistas internacionales. A continuación, se presenta una discusión detallada sobre los resultados generados en cada uno de los siete factores.

6.1. Factores y recursos de apoyo

En lo referente a los Factores y recursos de apoyo, Mazatlán cuenta con suficientes servicios de apoyo al turista como son: bancos, cajeros automáticos, transporte, arrendadoras de autos, casas de cambio, hospitales, centros comerciales, entre otros. Se cuenta con conectividad relativamente aceptable con sus principales mercados nacionales y extranjeros. Sin embargo, se necesita aumentar la conectividad del destino, los resultados en el atributo “infraestructura aérea”, alcanzaron una media de 7,3487 en la encuesta a actores turísticos, al cual se le asignó un indicador color rojo, lo que indica una atención prioritaria en el destino. Es evidente que este factor es fundamental, los resultados de la investigación realizada por Rodríguez-Antón et al. (2016) en la Unión Europea encontraron que el elemento que más influye en la competitividad de un destino turístico es este atributo.

Por otro lado, la carretera Mazatlán-Durango que se inauguró en 2013 es una oportunidad para el turismo nacional, ya que forma parte del Corredor Económico del Norte que conecta a Mazatlán con Matamoros, Tamaulipas; el atributo “infraestructura terrestre” alcanzó una media de 8,4868, quedando con una evaluación favorable en los indicadores. Esta ventaja quedó evidenciada en los resultados de 2020, donde a pesar de la pandemia el destino alcanzó el tercer lugar de visitas en centros turísticos de playa a nivel nacional, lo cual se atribuye a que las llegadas fueron principalmente de turismo terrestre.

De manera general la “accesibilidad del destino” fue evaluada favorablemente con una media de 8,1579, lo anterior coincide con los resultados encontrados por Hong (2009), cuyo atributo alcanza la ponderación más importante en el estudio de medición de la competitividad global para el sector turístico. Ligado a este indicador, la “accesibilidad de los atractivos para todos” alcanzó una evaluación no favorable de 7,1447, lo que incluye a personas con capacidades diferentes, aunque algunos hoteles y atractivos lo tienen, alcanzó una evaluación en rojo, lo cual deja evidencia de la necesidad de trabajar en el acceso para personas con capacidades diferentes en atractivos turísticos y playas.

La oferta de alojamiento en el destino ha crecido en los últimos años, se han construido nuevos hoteles y desarrollos inmobiliarios. La oferta de hospedaje del destino está integrada por 10,169 cuartos (CODESIN, 2021), en este sentido resulta evidente la evaluación positiva relacionada con la “disponibilidad de alojamiento” con una media de 8,1776. Esta oferta está distribuida en instalaciones de alojamiento clasificadas desde 5 estrellas hasta algunas sin categoría, los resultados de las encuestas evaluaron positivamente la “calidad de alojamiento” alcanzando una media de 8,2105. Sobre la oferta de restaurantes el destino cuenta con un gran número de establecimientos de alimentos y bebidas, y una gran variedad de gastronomía, lo cual fue positivamente reflejado en los criterios “servicio de restaurantes” y “calidad en restaurantes” con una evaluación media de 8,2697 y 8,1974 respectivamente, como menciona Goffi (2013) los servicios de alimentación son fundamentales para garantizar la mejor experiencia posible a los visitantes.

En los últimos años se ha fortalecido el turismo de reuniones, el destino cuenta con un centro de convenciones, denominado Mazatlán International Center, el cual está localizado en una de las zonas de mayor desarrollo y plusvalía del destino, de igual forma diversos hoteles cuentan con instalaciones para el desarrollo de eventos. Sin embargo, aún no se ha podido maximizar su potencial, lo cual queda evidentemente manifestado en el atributo “disponibilidad y variedad de eventos especiales” con una media de 7,6711 quedando en color amarillo, lo que indica una atención preventiva. Respecto a la “variedad de actividades de entretenimiento” y “variedad de opciones de compras” la evaluación fue 7,7368 y 7,6908 respectivamente.

Dos atributos evaluados de manera favorable fueron la “calidad en el servicio al cliente” y “hospitalidad” de los prestadores de servicio, la evaluación asignada a cada uno fue de 8,0395 y 8,2974 respectivamente. El indicador de hospitalidad es coincidente con los resultados del estudio realizado por Amaya et al. (2017) donde se analizan dos destinos turísticos de México. Por otro lado, Mazatlán cuenta con tres lugares emblemáticos que se consideran únicos y representativos de este destino turístico; 1) su malecón con una longitud de 21 kilómetros que es considerado como uno de los más largos de mundo, 2) su Faro, uno de los faros naturales más altos del mundo y 3) su Centro histórico de arquitectura neoclásica, ubicado a unos pasos del malecón, el cual es Patrimonio Histórico de la Nación. Estos tres atractivos son íconos para el destino, como lo menciona Urry (2002, citado en Carrasco y Pitarch-Garrido, 2017), son lugares hacia los cuales se enfocan los flujos turísticos al ser atractivos potentes para el destino. Además de las actividades anteriores Mazatlán cuenta con diversas actividades turísticas. Sin embargo, los actores turísticos lo calificaron con una media de 7,8934 lo que indica la necesidad de una atención preventiva.

6.2. Recursos Heredados

En relación con la categoría de Recursos Heredados Mazatlán ha sido positivamente evaluado, se tienen tres atributos, los cuales alcanzaron una condición favorable, se caracteriza por una gran diversidad de atractivos naturales, posee un gran número de recursos turísticos, combina el sol y la playa con una riqueza arquitectónica y cultural enmarcada principalmente por su centro histórico, lo que lo convierte como el único destino con esta característica en la costa del pacífico mexicano, lo anterior fue reflejado en las encuestas alcanzando una media de 8,4737 lo relacionado con la “disponibilidad y variedad de recursos naturales” y un 8,3947 la “disponibilidad y variedad de recursos culturales y patrimoniales”.

Con respecto a la gastronomía, el destino tiene mucho que ofrecer en este aspecto, ya que cuenta con una gran variedad gastronómica, lo que ha sido una fortaleza en los últimos años, “variedad gastronómica” alcanzó una evaluación favorable por los actores con una media de 8,7763, coincidiendo con lo anterior, los resultados de la investigación de Cucculelli y Goffi (2016) encontraron que este es uno de los elementos más importantes que inciden en la autenticidad de un destino turístico.

6.3. Gestión del destino

La Gestión del destino es uno de los principales elementos cuando se habla de competitividad de un destino, según Manente (2008) se consideran diversos aspectos como el papel de los agentes de desarrollo local, para ello se requiere la coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y de los empresarios, como lo exponen Novais et al. (2018) las necesidades y motivaciones de las partes interesadas del destino pueden ser opuestas sobre lo que realmente requiere el destino. En Mazatlán se regula la actividad turística por medio de la Ley para el Fomento del Turismo del estado de Sinaloa y otros ordenamientos legales que impactan directamente en la actividad. Los resultados encontrados determinan la necesidad de fortalecer la “eficiencia del marco político e institucional”, este atributo alcanzó una media de 7,4211, en este sentido Rita (2000) menciona que un marco normativo débil es una de las razones esenciales por las que los destinos no logran alcanzar su competitividad.

Un atributo relacionado con la gestión del destino es la “eficiencia de cadenas de suministro”, el cual alcanzó una media de 8,0395, una evaluación positiva desde la perspectiva de los actores turísticos. Es evidente una coordinación adecuada en la cadena de suministro del destino turístico; transporte, alojamiento, restaurantes, agencias y gobierno encargado de difundir el destino, quienes han encontrado una coordinación para el aprovechamiento del destino turístico.

Respecto a la publicidad y la promoción, esta se lleva a cabo por medio de SECTUR en colaboración con empresas del sector privado, principalmente hoteleras. Existe también la retención del impuesto de hospedaje, el cual es retenido por los hoteles, estos recursos también son usados para la promoción del destino. Algunas de las actividades que se han realizado son: participación en ferias, campañas de publicidad y edición de material y videos para la promoción, actos promocionales directos y folletos, entre otros. La evaluación otorgada por los actores turísticos a la “publicidad y promoción del destino” alcanzó una media de 8,2632, siendo una valoración positiva.

En cuestión de competitividad la capacidad del capital humano es fundamental, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el grado de escolaridad promedio en México es el 9,1 que corresponde en promedio a la educación básica terminada (tercer año de secundaria), mientras que en el estado es de 9,5 que equivale a poco más de secundaria concluida (INEGI, 2015). Sobre el personal del sector turístico de Mazatlán, Velarde et al. (2015), determinaron un promedio con base en los cursos impartidos en un programa de capacitación a cargo de la Secretaría de Turismo del estado, donde los participantes registran su grado de escolaridad: “1) Primaria, 2) Secundaria, 3) Preparatoria, 4) Profesional técnico y 5) Profesional”, los autores encontraron un promedio de 4,2, lo que ubica el nivel académico por encima del profesional técnico. Teniendo como base esta información se puede inferir que el capital humano que trabaja en el sector turismo de Mazatlán tiene un promedio de escolaridad por encima de la media estatal, los resultados de esta investigación demuestran una evaluación satisfactoria en “capacidad del capital humano” alcanzando una media de 8,1513, esta evaluación posiciona al capital humano como un factor fundamental, lo cual coincide con los resultados de Hong (2009). Lo anterior, también se considera un reflejo de la oferta educativa formal del destino, donde se ofrece el nivel técnico, licenciatura y posgrado, esta misma relación entre la oferta de programas educativos se encontró en el estudio realizado por Ruiz et al. (2013).

6.4. Sustentabilidad

En materia de sustentabilidad turística se presentan avances en el destino de Mazatlán, la categoría alcanza una media de 7,6239 quedando en color amarillo, lo que indica la necesidad de una atención preventiva. Este resultado debe ser prioridad para el destino, ya que diversos estudios en materia de competitividad de destinos han sugerido, con énfasis, que la sostenibilidad puede mejorar la competitividad, entre ellos: Cucculelli y Goffi (2016) Velarde et al. (2015), Diéguez et al. (2011) y Goffi (2013).

Sobre el marco regulatorio se tiene la Ley ambiental para el desarrollo sustentable, así como la Ley del equilibrio ecológico y la protección al ambiente del estado de Sinaloa; sobre el ordenamiento ecológico territorial, se tiene el Programa de Ordenamiento Ecológico Marino del Golfo de California. En “gestión y política ambiental” se alcanzó una media de 7,5132 lo que indica una necesidad de atención prioritaria. En relación con las áreas naturales protegidas, el destino tiene diversas en su zona de influencia, entre ellas: la meseta de Cacaxtla, las tres Islas, las rocas dos hermanos, de igual forma en las playas de El Verde Camacho se cuenta con un área de conservación. Sin embargo, el atributo de “cuidado de los recursos/áreas naturales protegidas” alcanza una media de 7,6579.

En relación con la “eficiencia en acciones de conservación” se alcanza una media de 7,4671 quedando en color rojo, lo que indica una necesidad de atención prioritaria, se identificaron algunos elementos a los que se debe poner atención en relación con el recurso de las playas, como: garantizar la calidad ambiental de las playas, mejorar la limpieza y conservación de los miradores del malecón, mejorar la accesibilidad a las playas y lugares más visitados. Entre los aspectos pendientes por resolver, se identifica que no se tiene un drenaje pluvial, falta de un relleno sanitario, escasas acciones y programas en materia de planeación estratégica y sostenibilidad del destino, principalmente en el manejo de la basura y tratamiento de aguas residuales. Se requieren respuestas rápidas y adecuadas a las acciones de sustentabilidad, lo cual se reflejó en los atributos de “tratamiento de aguas residuales” con

media de 7,5921 y “limpieza de espacios de uso turístico” con 7,9013, ambas con un resultado en color amarillo, es decir, requieren una atención preventiva.

En cuanto a “certificaciones ambientales y de sustentabilidad” atributo calificado con una media de 7,6118, que de igual forma requiere atención preventiva, se encontró que el destino tiene cuatro playas certificadas con el distintivo “Playas limpias”, tres de ellas como playas de uso recreativo: Playa Gaviotas, Luna Bonita y Estrella del Mar (estas últimas dos recibieron la certificación en febrero de 2020) y la Playa El Verde Camacho, la única certificada en la categoría prioritaria para conservación. Los hoteles Playa Mazatlán, Pueblo Bonito, Emerald Bay y Torres Mazatlán cuentan con la certificación ambiental turística otorgada por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA); y en 2016 once hoteles recibieron el distintivo de Hotelería Sustentable al cumplir con buenas prácticas de sustentabilidad en administración y operación. Estas certificaciones son evidencia del trabajo que se ha realizado en el destino turístico, aspecto que también han encontrado otros autores como Cucculelli y Goffi (2016) y Goffi (2013) sobre la certificación internacional “Blue Flag”, la cual es comparable con la certificación nacional de “Playas Limpias”.

6.5. Seguridad del turista

La seguridad del turista de este destino se ha fortalecido por diversas acciones, entre ellas; la asignación de una policía turística en las principales zonas de afluencia turística, esto se evidencia con la media de 8,1776 en el atributo “seguridad / protección civil” evaluado por los actores turísticos. Continuando con acciones que contribuyen con la seguridad, se cuenta con una oficina del ministerio público especializada en delitos contra turistas (Velarde et al., 2015). En 2018 abrió sus puertas el Centro de Atención y Protección al Turista (CAPTA), dependencia que “atiende, orienta y genera soluciones integrales a los problemas que pueda presentar el turista durante su estancia en Mazatlán” (CAPTA, 2018), lo anterior se ve reflejado en los resultados a través de “acciones para fomentar seguridad” e “instrumentos de seguridad pública” con medias de 8,2500 y 8,2171 respectivamente. Este atributo es fundamental, diversas investigaciones como Du Plessis et al. (2015), Hong (2009) y Goffi (2013) han encontrado a la seguridad turística como uno de los factores más importantes para la competitividad de los destinos turísticos.

Es importante mencionar que diversos gobiernos a nivel mundial emiten advertencias con el objetivo de hacer recomendaciones a sus residentes sobre los países o destinos que no representan riesgos para sus ciudadanos. Estados Unidos es uno de los principales países emisores de turismo hacia México, el gobierno de este país emite año tras año advertencias de viajes (warnings). De 2012 a la fecha esta advertencia señala que se deben aplazar los viajes no esenciales a Sinaloa. Sin embargo, se hace la excepción para visitar a este destino turístico (Travel State, 2019). Lo anterior ha permitido que la percepción de seguridad en Mazatlán sea positiva.

6.6. Condiciones situacionales

Respecto al factor de condiciones situacionales, el clima del destino es uno de los principales atractivos naturales, precisamente es uno de los factores sobre los cuales se fundamenta el desarrollo del turismo tradicional en este destino, lo que permite actividades entre las que destacan el deporte náutico, la pesca, el surf y otras actividades. Por ello, la media de la evaluación del “clima” alcanzó un 8,1776. Si bien este atributo no es de los mejor

evaluados, su resultado es favorable, lo cual coincide con resultados de diversos estudios; por ejemplo, en Du Plessis et al. (2015).

Mazatlán se ha destacado por años como uno de los principales destinos de sol y playa del país, compitiendo con los Centros Integralmente Planeados, se evidencia desde el punto de vista de los actores turísticos una “imagen” posicionada del destino ya que alcanzó una evaluación de 8,1447. Mazatlán es un destino turístico considerado económico en comparación con sus principales competidores como Cancún y Acapulco; ambos destinos turísticos de sol y playa. La media obtenida en “competitividad en precios” y “relación calidad/precio” es de 8,8684 y 8,6711 respectivamente. La evaluación de estos dos atributos los posiciona como unos de los principales para este destino, lo que coincide con los trabajos realizados por Cucculelli y Goffi (2016), Du Plessis et al. (2015) y Kozak (2009) sobre la relación del dinero y el precio del destino.

6.7. Tecnologías de Información y Comunicación

Las Tecnologías de Información y Comunicación han transformado al sector turístico a nivel mundial, en Mazatlán se identificaron diversos sitios turísticos que pertenecen a organismos del sector público y privado. Esto coincide con Luján et al. (2019) quienes comprobaron que el uso de los medios digitales favorece la competitividad hotelera, lo cual puede ser atribuido a los destinos turísticos. En la evaluación de “manejo de información acerca del destino” el resultado arrojó un 7,7039 considerado por los actores turísticos con una necesidad de atención preventiva.

Los resultados permiten identificar la necesidad de aprovechar el creciente uso del Internet y potenciar esta oportunidad para su uso en este destino turístico y atender la necesidad de información de los visitantes. El atributo “Internet en sitios turísticos” obtuvo una evaluación media de 7,8355, lo que indica que requiere una atención preventiva. De igual forma, es importante atender el mercado actual de los usuarios de tecnología de teléfonos inteligentes y desarrollar aplicaciones móviles para la promoción y de guías del destino para servicios turísticos como transportes, gastronomía, entre otros, el resultado de la evaluación del atributo “aplicaciones móviles para el turismo” fue una media de 7,2434 quedando en color rojo, lo que indica una necesidad de atención prioritaria en el destino.

En resumen, haciendo un análisis en relación con la metodología de semáforo utilizada, los resultados de esta investigación indican la necesidad de atender de manera prioritaria seis atributos que obtuvieron una evaluación baja, a los cuales les fue asignado el color rojo en la metodología de semáforo: mejorar la accesibilidad de los atractivos, incluyendo personas con capacidades diferentes (posición 37 de 37), el desarrollo de aplicaciones móviles de promoción para el destino que permitan atender el creciente interés de los turistas que usan este tipo de tecnología (posición 36), gestionar de manera eficiente el fortalecimiento de la conectividad aérea, algunos vuelos que conectan a Mazatlán son significativamente más caros que los de sus principales competidores, esencialmente con ciudades del norte y centro del país, así como diversas ciudades de Estados Unidos y Canadá (posición 35), se requiere hacer más eficiente el marco político e institucional del destino (posición 34), aunque resulta evidente que este es un factor que requiere una atención de los tres niveles de gobierno, el cual tiene un influencia macro, los últimos dos atributos en color rojo pertenecen a la categoría de sustentabilidad; eficiencia en acciones de conservación (posición 33) y gestión y política ambiental (posición 32), lo que demuestra que es necesario promover una mayor

coordinación de las instancias municipales, estatales y los empresarios para potenciar las acciones de desarrollo turístico y sostenibilidad del destino.

De igual forma es necesario resaltar los atributos que requieren una atención preventiva (asignados en color amarillo en los resultados), en la categoría de factores y recursos de apoyo son cuatro: disponibilidad y variedad de eventos especiales (posición 28), variedad y opciones de compras (posición 27), variedad de actividades de entretenimiento (posición 24) y disponibilidad de actividades turísticas (posición 23), estos atributos están ligados a la oferta de productos y actividades turísticas, por ello, es necesario que el destino en aras de fortalecer su competitividad fomente una ampliación de la oferta de servicios, y de esta manera incentivar el incremento de la estadia y el gasto de visitantes y turistas. De igual forma en atención preventiva se encuentran cuatro atributos que pertenecen a la categoría de sustentabilidad: tratamiento de aguas residuales (posición 31), certificaciones ambientales y de sustentabilidad (posición 30), cuidado de los recursos/áreas naturales protegidas (posición 29) y limpieza de espacios de uso turístico (posición 22), estos cuatro atributos y los dos mencionados arriba (asignados en color rojo) complementan el total de los factores evaluados en la categoría de sustentabilidad, lo que permite ver que esta categoría requiere una atención especial para la competitividad del destino turístico. Los últimos dos atributos asignados en color amarillo pertenecen a la categoría de Tecnologías de la Información y Comunicación: manejo de información acerca del destino/Inteligencia turística (posición 26) e internet en sitios turísticos (posición 24), que de igual forma que el caso anterior el total de atributos de esta categoría tienen una asignación de atención prioritaria y atención preventiva.

Los resultados demuestran que siete atributos de factores y recursos de apoyo tienen un aprovechamiento favorable: calidad en servicio al cliente (posición 20), accesibilidad del destino (posición 17), disponibilidad de alojamiento (posición 14), calidad de los restaurantes (posición 13), calidad de alojamiento (posición 12), servicio de restaurantes (posición 8) y hospitalidad / trato (posición 7), los resultados permiten comprobar que hay una cantidad suficiente de establecimientos turísticos de alojamiento y alimentos y bebidas. De igual forma en la categoría de gestión del destino se encuentra una evaluación favorable para los siguientes atributos: eficiencia de cadenas de suministro (posición 20), Capacidad del capital humano (posición 18) y Publicidad y promoción del destino (posición 9).

En la categoría de seguridad turística todos los atributos están asignados en azul, es decir, en condición favorable, a continuación sus evaluaciones: seguridad / protección civil (posición 14), instrumentos de seguridad pública/policia turística (posición 11) y acciones para fomentar seguridad (posición 10), lo anterior permite comprobar que las acciones realizadas por los tres niveles de gobierno en materia de seguridad turística han permitido mejorar en esta categoría que había estado seriamente dañada en la primera década de este siglo y la mitad de la segunda, sin embargo, es evidente que aún pueden hacerse mejoras en búsqueda de la competitividad del destino.

Las categorías de recursos heredados y condiciones situacionales son las mejor evaluadas en esta investigación, todos los atributos que se analizaron tuvieron una evaluación favorable o muy favorable. En recursos heredados encontramos: disponibilidad y variedad de recursos culturales y patrimoniales (posición 6), disponibilidad y variedad de recursos naturales (posición 5) y variedad gastronómica (posición 2), de acuerdo con estos resultados el patrimonio natural, cultural y edificado es de gran importancia, aunado al patrimonio

intangibles (tradiciones y festividades) del destino turístico al igual que su gastronomía. A nivel estatal se está buscando el distintivo de Ciudad Creativa de Gastronomía que otorga la UNESCO. La categoría de condiciones situacionales concentra: imagen / marca del destino (posición 19), clima (posición 14), relación calidad/precio (posición 3) y competitividad en precios (posición 1), los resultados en esta categoría comprueban el porqué de las primeras posiciones que ocupa este destino turístico a nivel nacional, un destino con una imagen favorable para un turismo de sol y playa, con un clima adecuado para estas actividades y una relación entre calidad y precio favorable para los visitantes.

VII. REFLEXIONES FINALES

La situación actual de la pandemia por COVID-19 y la competitividad turística merece una profunda reflexión que permita considerar al turismo como uno de los pilares básicos de la recuperación económica de diferentes países y regiones económicas, propiciando una visión real para reorientar la actividad hacia un modelo de éxito – competitivo y sustentable. En este proceso de recuperación pos-pandemia, los destinos turísticos se encuentran en la búsqueda de conocimientos sobre distintas estrategias y formas de organización diferenciadas con el objetivo de lograr permanencia y fortalecer su posición en el mercado - mejoras en su competitividad, dentro del entorno cada vez más turbulento y complejidad de los mercados. Los actores partícipes requerirán encarar con mayor frecuencia retos propios de los dinamismos del sector, complejos y cambiantes que influirán por su propia naturaleza en este nuevo crecimiento esperado en el turismo. Dichos retos de acuerdo con los planteamientos de Ritchie y Crouch (2003) y Dwyer y Kim (2003) se encuentran estrechamente vinculados con los siguientes factores de competitividad: dinámicas de la oferta – demanda y la búsqueda de nuevos productos turísticos, políticas económicas, recursos de apoyo, recursos heredados, gestión/planificación de los destinos, sustentabilidad, seguridad turística, condiciones situacionales y Tecnologías de la Información y Comunicación, la promoción y comercialización de los atractivos, entre otros.

La presente investigación permite ver que los destinos tienen que innovarse: actualizar y revolucionar constantemente las condiciones de producción, evitar las actitudes conformistas y mejorar sin pausa la cadena de valor, pues permite que las ventajas competitivas sean sostenibles en el largo plazo. El destino de Mazatlán ha vivido un auge en lo que se refiere a la afluencia turística a pesar de los retos ocasionados por la pandemia por COVID-19. Se ha evidenciado una gestión gubernamental adecuada, el impulso de los empresarios y la gran cantidad de inversión que se ha desarrollado en los últimos años. Sin embargo, los resultados de esta investigación indican la necesidad de atender de manera prioritaria algunos vacíos o puntos débiles, sobre todo los atributos que obtuvieron una evaluación baja en la evaluación: mejorar la accesibilidad de los atractivos, el desarrollo de aplicaciones móviles de promoción para el destino, gestionar de manera eficiente el fortalecimiento de la conectividad aérea. También, se recomienda hacer eficiente el marco político e institucional del destino y promover una mayor coordinación de las instancias municipales, estatales y los empresarios para potenciar las acciones de desarrollo turístico y sostenibilidad del destino.

Sobre el punto anterior referente a la gobernanza del destino, se necesita una visión de planificación holística y de largo plazo, que incluya a todos los involucrados en la actividad turística; sector público, privado y social, con un enfoque sistemático y basado en el

conocimiento de planificación, que tenga visión por un lado en la búsqueda de la mejor experiencia para el visitante y, por otro lado, en la generación de mejores oportunidades de trabajo y salarios más dignos para los trabajadores del sector. Como lo plantean Dwyer y Kim (2003) y Ritchie y Crouch (2003) en sus modelos, el beneficio para la población es uno de los aspectos primordiales para la competitividad de destinos turísticos. Afortunadamente, la amplia gama de actores interesados claves del turismo en Mazatlán: el gobierno municipal, asociaciones de hoteles, entre otros, han demostrado un desempeño deseable en la capacidad para afrontar la competencia de los destinos cercanos en el Pacífico de México como Puerto Vallarta.

Se espera que los resultados del presente análisis faciliten el desarrollo de un Plan de Acción para aprovechar las áreas de oportunidad identificadas e implementar iniciativas y proyectos clave a través de alianzas estratégicas e inversiones prioritarias. También, los resultados serán útiles para informar y dar forma a las políticas y la planeación en otros destinos mexicanos con características similares. Se recomienda la creación de la Organización para la Gestión del Destino (OGD) y el Plan Estratégico para dar una base institucional sólida sobre la cual se pueden construir los cambios de mejora. Éstos deben ser diseñados para trascender más allá de los partidos políticos y continuar aun cuando se den cambios de administración gubernamental en el Municipio y en el Estado de Sinaloa. Una acción colectiva más amplia y profunda sigue siendo fundamental para alcanzar tres objetivos principales de la competitividad para el destino: (1) proporcionar medios de vida sustentables; (2) conservar los recursos para las generaciones futuras; y (3) crear una experiencia de alta calidad para el visitante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adeleke, B. O., & Ogunsusi, K. (2018). Factors determining competitiveness of beach tourist destination in Lagos, Nigeria. *Journal of Agriculture and Social Research*, 18(1).
- Amaya Molinar, C. M., Sosa Ferreira, A. P., & Moncada Jiménez, P. (2017). Determinantes de competitividad turística en destinos de sol y playa mexicanos. *Región y Sociedad*, 29(68), 279-315.
- Aregional (2013). Resultados del Índice de Competitividad Sistémica de las Ciudades Mexicanas. <https://doi.org/10.22198/rys.2017.68.a205>
- Ayuntamiento de Mazatlán (2018). Turismo. Recuperado de: <https://mazatlan.gob.mx/turismo/datos-geograficos/localizacion/>
- CAPTA (2018). Centro de Atención y Protección al Turista. Recuperado de: <https://mazatlan.gob.mx/directorio/ayuntamiento/centro-de-atencion-y-proteccion-al-turista-capta>
- Carrasco, J. S., & Pitarch-Garrido, M. D. (2017). Análisis del impacto en el turismo de la estrategia de desarrollo urbano basada en megaproyectos. El caso de la ciudad de Valencia. *Cuadernos de Turismo*, 573-598.
- CONEVAL (2017). *Consulta dinámica para la presentación de resultados de las estimaciones de pobreza a nivel municipal 2010 y 2015*. Recuperado de: https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/consulta_pobreza_municipal.aspx
- Cronjé, D. F., & Du Plessis, E. (2020). A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256-265.

<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.012>

- Crouch, G.J., y Ritchie (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44 (3), 137-152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Cucculelli, M., & Goffi, G. (2016). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*, 111, 370-382. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.069>
- DATATUR (2021). Reportes avanzados. Secretaría de Turismo.
- De La Rosa, Alejandro (19 abril 2021). Acuario de Mazatlán, primer proyecto de asociación público-privada en sector turístico en México. *El economista*.
- Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A. y Blanco, L. (2011, agosto). 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*, año 05, No. 2.
- Du Plessis, E., Saayman, M., & van der Merwe, A. (2015). What makes South African tourism competitive? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1–14
- Dwyer, L. y Kim, C.H. (2003): Destination Competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness and bilateral tourism flows between Australia and Korea. *Journal of tourism studies*, 14(2), 55-67.
- Dwyer, L., Forsyth, P., y Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*, Channel View Publications, Toronto. <https://doi.org/10.21832/9781845411534>
- Enright, M. J., & Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of travel research*, 43(4), 339-350. <https://doi.org/10.1177/0047287505274647>
- Goffi, G. (2013). A Model of Tourism Destinations Competitiveness: The case of the Italian Destinations of Excellence, en Anuario *Turismo y Sociedad*, vol. xiv, pp.121-147.
- Gómez-Vega, M., & Herrero-Prieto, L. C. (2018). Achieving tourist destination competitiveness: Evidence from Latin-American and Caribbean countries. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 782-795 <https://doi.org/10.1002/jtr.2231>
- Grupo Expansión (06 abril 2021). El boom inmobiliario en Mazatlán continúa a pesar de la pandemia
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio Pilar (2014), *Metodología de la Investigación*, 6ta. Edición, Editorial Mc. Graw Hill.
- Hong, W. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105-132. <https://doi.org/10.1080/13683500802596359>
- INEGI (2015). Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015. Recuperado de: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825078966.pdf
- INEGI (2020). Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

- Jiménez Baños, P. & Aquino Jiménez, F. K. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(4), 977-995.
- Kozak, M., Baloğlu, Ş., & Bahar, O. (2009). Measuring destination competitiveness: Multiple destinations versus multiple nationalities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(1), 56-71. <https://doi.org/10.1080/19368620903327733>
- Luján, Michelle; Ortiz, Annel; Caballero Carlos & Ovando, Catalina (2019). Factores determinantes de la competitividad en hoteles boutique. *El Periplo Sustentable*, [S.l.], n. 36, p. 100 - 133, ene. 2019. ISSN 1870-9036. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i36.10057>
- Manente, M. (2008). *Gestión de destinos y antecedentes económicos: definición y supervisión de destinos turísticos locales*. Documento principal, Sesión, 4. Málaga, España
- Novais, M. A., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism Management*, 64, 324-334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.014>
- Perna, F., Custódio, M. J., & Oliveira, V. (2018). Tourism destination competitiveness: an application model for the south of Portugal versus the Mediterranean region of Spain: COMPETITIVTOUR. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 19-29. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14102>
- Porter, M. (1990). *The competitive advantages of nations*. The Free Press: New York. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Argentina: Vergara editor. <https://bit.ly/2x4YFRv>
- Reisinger, Y., Michael, N., & Hayes, J. P. (2019). Destination competitiveness from a tourist perspective: A case of the United Arab Emirates. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 259-279.
- Reyes, Belizario (25 mayo 2021). Nuevo puerto de carga se construirá entre Mazatlán y San Ignacio: Canaco. Noroeste.
- Rita, P. (2000). Tourism in the European Union. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(7), 434-436. <https://doi.org/10.1108/09596110010347374>
- Ritchie J. y Crouch, G.J. (2003). *The Competitive Destination: a Sustainable Tourism Perspective*. Cab International, London, UK. 2003. <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
- Rodríguez-Antón, J. M., Andrada, L. R., del Mar Alonso-Almeida, M., & Pedroche, M. S. C. (2016). Aplicación de un modelo cuantitativo objetivo para la medición de la competitividad de los destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (38), 415-430. <https://doi.org/10.6018/turismo.38.271501>
- Ruiz, T. C. D., Dos Anjos, F. A., & dos Anjos, S. J. G. (2013). Competitividad de destinos turísticos. Estudio de caso de Foz do Iguaçu (Paraná, Brasil). *Cuadernos de turismo*, (31), 83-103

- SEMARNAT (2012). Ordenamientos Ecológicos Decretados. Recuperado de: <http://www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Paginas/ODEcretados.aspx>
- Travel State (2019). Mexico Travel Advisory. Travel Advisory December 17, 2019. Recuperado de: <https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories/mexico-travel-advisory.html>
- UNWTO (2019). Tourism Highlights 2019 Edition. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- UNWTO (2020). World Tourism Barometer. Volumen 18. <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.3>
- UNWTO (2021). 2020: El peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Vega, Javier (12 diciembre de 2020). Inversión alcanza los 35 mmdp en Mazatlán. El debate.
- Velarde M., Santillán, M. A., Magio, K.O. (2015). *Agenda de Competitividad Turística de Mazatlán, Sinaloa*, Universidad de Occidente, México. ISBN: 978-607-742-252-2.
- Velarde, Mónica, Magio, O. Kennedy y Olmos, Elizabeth (2021). Desarrollo turístico de Mazatlán; destino de sol y playa tradicional del estado de Sinaloa. En Gauna, Carlos y Osorio, Maribel (Eds). *El Desarrollo Turístico en México. Revisión general y casos de estudio*. Universidad de Guadalajara y Santi Editores.
- WEF (2017). The travel & tourism competitiveness report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future. En The World Economic Forum. Recuperado de: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES

Autor 1: La concepción original del trabajo, análisis, adquisición e interpretación de los datos, la redacción y revisión crítica del contenido y la aprobación final de la versión a publicar.

Autor 2: discusión sobre el abordaje y estructura del documento, redacción y revisión crítica del contenido y la aprobación final de la versión a publicar.

Autor 3: redacción y revisión crítica del contenido y; la aprobación final de la versión a publicar.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación no ha contado con ninguna fuente de financiación externa.