

Agentes Económicos y su Entorno Competitivo del Turismo en San Carlos Nuevo Guaymas, México

Aaron Chávez Valdez^I y Jesús Ángel Enríquez Acosta^{II}

Resumen

El objetivo del presente trabajo es construir un índice de competitividad turística para la localidad de San Carlos Nuevo Guaymas, Sonora, México, después de los aportes teóricos de Crouch y Ritchie (1999); Dywer y Kim (2003); Miguel, Solís y Torres (2014) y Morales (2006). Esta localidad se constituyó en años recientes como uno de los principales destinos turísticos de Sonora debido a su cercanía con Hermosillo, la capital del Estado, y los Estados Unidos, así como los atractivos naturales y el desarrollo inmobiliario fincado en las segundas residencias. Para la obtención del índice se diseñó un instrumento cuantitativo que constó de 60 reactivos, la mayor parte de ellos en escala de Likert. Se aplicó un muestreo a conveniencia a 210 personas dedicadas al ramo turístico: prestadores de servicios, empleados de hotel, comercios, restaurantes, promotores, estudiantes de turismo, funcionarios públicos, entre otros. Las variables utilizadas en los diferentes análisis abarcan: oferta turística, promoción turística, formación de recursos humanos y el turismo de forma general. Para el procesamiento de los datos se utilizó el software SPSS versión 21 y EQS 6.1, con la finalidad de realizar pruebas de confiabilidad, hacer el análisis exploratorio y confirmatorio para la validación del instrumento cuantitativo.

Palabras clave: turismo, competitividad, agentes económicos.

Abstract

The objective of this work is to construct a tourist competitiveness index for the town of San Carlos Nuevo Guaymas, Sonora, Mexico, after the theoretical contributions of Crouch and Ritchie, (1999); Dywer and Kim (2003) Miguel, Solís and Torres (2014); Morales (2006). This town became in recent years one of the main tourist destinations in

I Profesor del Departamento de Economía de la Universidad de Sonora, doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Sonora. Correo electrónico: aaron.chavez@unison.mx

II Profesor investigador del Departamento de Sociología y Administración Pública de la Universidad de Sonora. Miembro del Cuerpo Académico Multiculturalidad, Identidad y Cambio Social. Doctor en Ciencias Sociales por la UNAM. Correo electrónico: jesus.enriquez@unison.mx

Sonora due to its proximity to Hermosillo, the capital of the State and the United States, the natural attractions and the real estate development based on second homes. To obtain the index, a quantitative instrument was designed that consisted of 60 items, most of them on a Likert scale, a convenience sampling was applied to 210 people dedicated to the tourism industry: service providers, hotel employees, shops, restaurants, promoters, tourism students, public officials, among others. The variables used in the different analyzes include: tourism offer, tourism promotion, training of human resources and tourism in general. For data processing, SPSS version 21 and EQS 6.1 software were used, in order to perform reliability tests, perform exploratory and confirmatory analysis for the validation of the quantitative instrument.

Keywords: tourism, competitiveness, economic agents.

Introducción

Dada la importancia que tiene la dinámica económica del turismo a nivel mundial, nacional y regional es importante analizar la competitividad turística. La competitividad turística se puede definir como la forma en que un destino ofrece suficientes bienes y servicios a los visitantes, atrayéndolos con una oferta sugerente, generando gasto de los turistas y satisfaciéndolos en sus expectativas, consiguiendo con esto último, que los turistas sean embajadores del lugar. La competitividad de un destino turístico debe aportar, finalmente, bienestar social y económico a los residentes. El bienestar o prosperidad es la prueba de que el destino ha aumentado su competitividad porque un destino será más próspero si en él hay una mayor calidad de vida (Siles, 2016).

Es necesario analizar la competitividad a nivel local por las implicaciones que tiene en cuanto al diseño de políticas públicas en materia de planeación urbana de los destinos turísticos, mitigación de impactos negativos a nivel social, creación de infraestructuras, mejoramiento de servicios turísticos, instituciones educativas orientadas al turismo, entre otros. Además, la competitividad implica atraer e incentivar inversiones privadas que generen empleos, desarrollen vocación turística, servicios atractivos y diversos para el turista, fortalezcan el mercado inmobiliario, entre otros.

Por competitividad turística se entiende lo definido por Ritchie y Crouch (2000, pp. 137-152) como “la capacidad de un país 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 y social”.

La competitividad turística se asocia con el concepto de destino turístico. Al respecto, González y Mendieta (2009, pp. 111-128) señalan que un destino turístico es el “espacio o ámbito geográfico con rasgos propios de clima, cultura, atractivos, infraestructuras, servicios, equipamientos, precio, imagen y gestión, los cuales, en términos de mercado, se posicionan en la mente de los consumidores”. Los atributos de un destino turístico en vinculación con la competitividad, se basan en los recursos naturales y construidos poseídos por el lugar y las variadas facilidades y servicios que procuran satisfacer las necesidades del turista o del potencial visitante. Finalmente, se refiere que la competitividad se asocia a factores de atracción del destino turístico (Montaño, Pérez y De la O, 2014).

En este trabajo se plantearon dos preguntas: ¿cuáles son los factores que podrían hacer de San Carlos Nuevo Guaymas un destino competitivo a nivel regional? y ¿cuáles son los factores de mayor y menor fortaleza que limitan o facilitan la competitividad turística de la localidad? Para responder a esas interrogantes se procedió a la realización de la investigación. El abordaje teórico y metodológico se hizo de una forma cuantitativa, la cual correspondió a la aplicación de una encuesta en la localidad a población dedicada a la promoción turística, servicios turísticos, empresarios y directivos de hoteles y restaurantes, funcionarios públicos, estudiantes de turismo, entre otros. Dentro de la fase de análisis cuantitativo tendiente a la medición del índice de competitividad se realizó un análisis de correlación de variables asociadas al turismo, tales como: infraestructura, promoción turística, formación de recursos humanos y servicios complementarios.

Turismo en el contexto mundial, nacional, local

La Organización Mundial del Turismo (OMT) confirmó que México pasó del octavo al sexto lugar en recepción de turistas internacionales, al registrar 39.3 millones de visitantes extranjeros que arribaron al país en el año 2017, con lo que supera a potencias como Reino Unido, Turquía y Alemania. Con base en el documento Panorama OMT del Turismo Internacional 2018, las cifras del ranking mundial correspondientes a 2017 indican que el país ascendió dos lugares al pasar del octavo lugar en 2016, con 35.1 millones de turistas internacionales, al sexto sitio, con 39.3 en 2017, lo cual representa además un crecimiento de 12 % en el flujo de viajeros (OMT, 2019).

Indicadores tradicionales revelan que esta actividad tiene una fuerte presencia en la economía internacional. Actualmente se estima que el turismo aporta 10 % del Producto Interno Bruto (PIB) mundial; produce 1 de cada 11 empleos; genera 1.5 trillones de dólares en exportaciones; representa 7 % de las exportaciones del planeta; y contribuye con 30 % de los servicios de exportación. En este mismo sentido ubicamos a los 10 países más competitivos del mundo: 1. España, 2. Francia, 3. Alemania, 4. Japón, 5. Estados Unidos, 6. Reino Unido, 7. Australia, 8. Italia, 9. Canadá, 10. Suiza, según datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2019). En el año 2020 el turismo representó 8.2 % del Producto Interno Bruto (PIB) de México, para el caso de México los destinos más populares son San Miguel Allende, Guanajuato, Morelos, Bernal, Querétaro, Valle de Bravo, Estado de México, Cancún, Quintana Roo, Oaxaca, Tepotzotlán, La Marquesa, Malinalco, Mazatlán y Sinaloa (Sectur, 2020).

Ante cifras tan favorables en apariencia, un importante número de países realizan grandes esfuerzos para elevar la recepción de visitantes a sus distintas regiones. Tal es el caso de México que ha implementado una serie de planes, programas, reglamentos y normas encaminadas al aprovechamiento de

su potencial turístico. Esto le ha permitido ubicarse entre las 10 naciones con mayor recepción de turistas del mundo y en el lugar 22, en materia de competitividad turística de acuerdo al Foro Económico Mundial (FEM, 2017).

San Carlos Nuevo Guaymas es una comisaría del municipio de Guaymas. Ubicada a 15 km. al norte de la ciudad, en el estado de Sonora, México. Está ubicada en la costa del Mar de Cortés. Rodeado de montañas y playas, este territorio ofrece paisajes únicos. Tiene alrededor de 2,264 habitantes, y entre ellos hay muchos extranjeros, la mayoría estadounidenses y canadienses que viven ahí durante el invierno por su clima favorable. Se pueden practicar diversas actividades como la pesca, el buceo y excursionismo. San Carlos está a 120 km de Hermosillo y a 350 km (4 horas aproximadamente) en automóvil de la frontera con los Estados Unidos por la Carretera Federal 15. En tiempos vacacionales San Carlos es un punto de reunión principalmente de jóvenes (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2013).

De acuerdo a los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) durante el censo de 2020 en el Centro de Población de San Carlos se registraron 2,508 habitantes, siendo la suma de las localidades de San Carlos Nuevo Guaymas, El Renacimiento, Marina Real, Villas de California y La Manga.

A Guaymas lo rodean lugares emblemáticos y atractivos únicos en el país. Anualmente nos visitan 900,000 personas consideradas turismo local; los visitantes extranjeros representan 300,000 de los cuales la mayoría procede de Estados Unidos y Canadá; se brindan 1,950 habitaciones con una venta total de 247,147 en 2017. La mayor ocupación hotelera es en San Carlos con el 54 %. La actividad turística genera 8,000 empleos de los cuales 2,700 son directos. En los últimos años, Guaymas ha tenido

un incremento en turismo debido la promoción, calidad del servicio y por ofrecer las mejores alternativas en destino de playa y pesca deportiva (Plan Municipal de Desarrollo, 2018-2021, p. 81).

Contexto de la localidad de estudio

San Carlos Nuevo Guaymas fue uno de los escenarios donde sucedió el peregrinar de los indígenas yaquis y seris, que hallaban refugio en el cerro Tetakawi, de 200 metros de altura, desde cuya cima se obtiene un privilegiado panorama de la zona, especialmente de la vasta bahía. San Carlos ofrece a los visitantes playas de arena tersa y clara, humedecidas por el oleaje del Mar de Cortés. El entorno de San Carlos tiene una vegetación desértica abundante, una marina natural y una infraestructura vacacional de excelente nivel (Playas México, 2019).

Imposible no recomendar la vasta playa de San Francisco por su oleaje apacible, la playa de Piedras Pintas con su exuberante ambiente natural y playa de los Algodones nombrada de esa manera por la caprichosa forma que adoptan las dunas arenosas, tan evocadoras de motas de algodón. Sin sitios magníficos para el esparcimiento y para tomar el sol. En las playas de Bahía de San Carlos se puede practicar el buceo, el kayak, el snorkel y los recorridos en lancha (Playas México, 2019).

También amerita mencionarse el Cañón de Barajitas, a unos 27 km al norte de San Carlos. Estaba considerado un sitio sagrado para los indígenas seris. Es un formidable espacio virgen que atesora tres ecosistemas diferentes y al cual sólo se puede acceder desde el mar. Allí se pueden conocer las principales especies de flora y fauna de la región, enigmáticas cuevas y el interesante árbol de nacapule. El cercano estero del Soldado es excelente para explorar sus aguas navegando en kayak y en lancha de remos (Playas México, 2019).

Competitividad turística

Hassan (2000, p. 239) entiende por competitividad de un destino turístico “la capacidad del destino

para crear e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores”. D’Hautesserre (2000, p. 23), por su parte, define la competitividad del destino como “la capacidad de un destino para mantener su posición en el mercado y compartir y/o mejorarla a través del tiempo”.

En este contexto, el interés por el conocimiento de los factores determinantes de competitividad de los destinos turísticos y, sobre todo, la inserción de la variable sostenibilidad como condicionante estratégico, ha dado lugar a la existencia de distintos modelos conceptuales (Mazaro y Varzin, 2008, p. 790).

El crecimiento del interés por este tema se ha materializado en un aumento de la literatura científica específica (Bravo, 2004; Crouch y Ritchie, 1999; Daskalopoulou y Petrou, 2009; De Keyser y Vanhove, 1994; D’Hautesserre, 2000; Dwyer y Kim, 2003; Dwyer et al., 2000, 2004; Enright y Newton, 2004; Faulkner et al., 1999; Flores y Barroso, 2009; Garau, 2006; Go y Govers, 2000; Gooroochurn y Sugiyarto, 2005; Hassan, 2000; Hong, 2009; Kim y Dwyer, 2003; Kozak y Rimmington, 1999; Mihalič, 2000; Monfort, 1999; Navickas y Malakauskaite, 2009; Pearce, 1997; Poon, 1993; Ritchie y Crouch, 2000, 2003; Sánchez, 2006).

La revisión teórica pretende contribuir a analizar los principales modelos de competitividad de los destinos turísticos profundizando tanto en sus limitaciones como en sus aspectos positivos, teniendo en cuenta, tal y como exponen Ritchie y Crouch (2000 p. 5), que la competitividad es “ilusoria sin sostenibilidad”. En la literatura sobre competitividad y turismo, varios estudios han destacado que la competitividad del destino turístico puede incrementarse mediante una gestión basada en la calidad medioambiental y en el desarrollo de un turismo sostenible (Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Hassan, 2000; Hu y Wall, 2005; Huybers y Bennett, 2003; Mihalič, 2000; Ritchie y Crouch, 2000, 2003; entre otros). “La competitividad es efímera sin sostenibilidad, y más en el largo plazo” (Ritchie y Crouch, 2003, p. 49). La creciente concienciación ambiental a nivel mundial pone de manifiesto un cambio en la actitud de los consumidores, que se decantan por productos

respetuosos con el medioambiente (Holden, 2000; citado por Hu y Wall, 2005).

En este sentido, Ritchie y Crouch (2003) fundamentaron que un destino competitivo es aquel que promueve el máximo bienestar para sus habitantes de forma sostenible. Además, contemplan que el destino turístico debe ser sostenible no solo económicamente sino también ecológica, social, cultural y políticamente para ser verdaderamente competitivo (Ritchie y Crouch, 2003, p. 49).

Sustentabilidad turística local

El desequilibrio hombre-naturaleza, provocado por el turismo a escala global y local, exige fortalecer el papel y la capacidad de las localidades en la implementación de programas que permitan aproximarnos a territorios más sostenibles. Si bien desde la década de los 70 se habla de la necesidad de una concepción del desarrollo más sostenible, es solo a principios de los años 90 que se habla de un desarrollo local sostenible, según el cual el territorio local asume la responsabilidad de gestionar la sostenibilidad del desarrollo. En la actualidad, más de dos mil municipios han elaborado o están elaborando programas de desarrollo local sostenible; de ellos, alrededor de mil son de Europa, y las cifras siguen creciendo día tras día. Esto evidencia cómo se ha avanzado en la sostenibilidad local del desarrollo, aunque aún es insuficiente el tratamiento teórico del tema en cuestión y esto limita que los resultados se correspondan con lo que la realidad exige (Morales, 2006).

El nuevo enfoque del desarrollo local, a partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, en junio de 1992, no habla de un desarrollo económico local, sino de desarrollo local sostenible, como aquel “promovido y desarrollado por autoridades locales en pro del desarrollo sostenible de su comunidad, para actuar hacia la mejora ambiental del municipio”, y como un “proceso donde la forma local de gobierno, ampliamente comunitaria y participativa, tiene por objetivo establecer una exhaustiva estrategia de acción para la protección

del medio ambiente, la prosperidad económica y el bienestar social dentro del ámbito local” (Morales, 2006).

En este caso para el estudio de la sustentabilidad turística local en San Carlos Nuevo Guaymas se parte de grandes dificultades para medir la parte sustentable ya que este destino turístico es una comisaria del Municipio de Guaymas, en este caso, se parte de las mismas limitaciones en el análisis bibliográfico a ese nivel ya que existen limitaciones teóricas y de referencias bibliográficas a nivel de comisaria.

Metodología

El presente modelo retoma los aportes teóricos de la literatura y los autores más importantes ligados al concepto de competitividad turística. Se presenta como un modelo de percepción que mide aspectos muy específicos con cierto tipo de validez en diferentes constructos y variables, a su vez en el tipo de resultados.

En este sentido, autores como Crouch y Ritchie (1999); Dywer y Kim (2003), retoman planteamientos de los principales modelos de competitividad turística estudiados a nivel global. Estos modelos, plantean variables similares a las utilizadas en la presente investigación; es por ello, que se retoman como los autores principales por su gran aportación teórica al conocimiento de la competitividad turística a nivel global, principalmente en Europa y Estados Unidos.

Básicamente, los modelos planteados por estos autores se sustentan en cuatro grandes variables: infraestructura, promoción turística, formación del recurso humano y servicios complementarios. Estas variables se retomaron en los reactivos incluidos en el instrumento aplicado entre habitantes que participan en la actividad turística de Puerto Peñasco.

Para Miguel, Solís y Torres (2014), la concepción del modelo de competitividad turística tiene una connotación más de orden regional, ya que los estudios y el modelo que plantearon para México, fue con indicadores regionales por estado. De igual manera, no

dejaron por fuera el tema de la sustentabilidad, en este caso, la midieron con indicadores agregados ya dados por organismos gubernamentales. Se retomaron entonces los aspectos relacionados a las variables de competitividad turística

Derivado del planteamiento teórico de los autores citados, la centralidad del planteamiento del problema y el objetivo general radica en construir, medir y correlacionar la competitividad turística de acuerdo con las variables definidas, la cual causó grandes desequilibrios tanto económicos como sociales en todo el mundo y en estas localidades turísticas no fue la excepción.

El contexto de la crisis económica ha persistido hasta nuestros días y sus impactos en la localidad analizada permanecen. La evolución económica y turística más reciente fue marcada por la desaceleración del crecimiento de la actividad turística, de allí entonces la importancia de medir la competitividad turística en el entorno local y conocer la evolución reciente de la localidad en cuestión.

El modelo planteado para la obtención del índice de competitividad turística se diseñó a partir de variables e indicadores. Para medir la competitividad se tienen cuatro variables: promoción turística, recursos humanos, infraestructura turística y turismo y servicios complementarios (ver figura 1), desglosadas de la siguiente forma:

- *Promoción turística*: contiene indicadores referidos a la promoción realizada por los diversos niveles de gobierno, iniciativa privada, empresas de servicios, agencias de viaje, entre otras.
- *Formación y recursos humanos*: indicadores referidos a instituciones educativas formadoras de personal a emplearse en el sector turístico, capacitación de empleados en servicios turísticos, generación de empleos vinculados con el turismo, entre otros.
- *Infraestructura*: indicadores referidos a carreteras, aeropuertos, marinas, en general vías que faciliten la movilidad de turistas y habitantes

locales. También se incluye la inversión extranjera directa, inversión privada nacional, entre otros.

- *Turismo y servicios complementarios*: indicadores referidos a suficiencia de hoteles, moteles, bares y restaurantes, entre otros.

Para efectos de la presente investigación en el planteamiento del modelo metodológico en primer instancia también se incluyó la variable correspondiente a la sustentabilidad del turismo, nada más que no se incluyó como parte de los resultados en los índices calculados ya que en las principales pruebas que se realizaron como el análisis factorial exploratorio los resultados que arrojaba esta variable estaban muy por debajo de los parámetros y esto a su vez tanto en el análisis factorial confirmatorio arrojaba resultados negativos, y al momento de calcular las correlaciones mostraba resultados negativos (véase el último factor y constructo de la tabla 2 y figura 1).

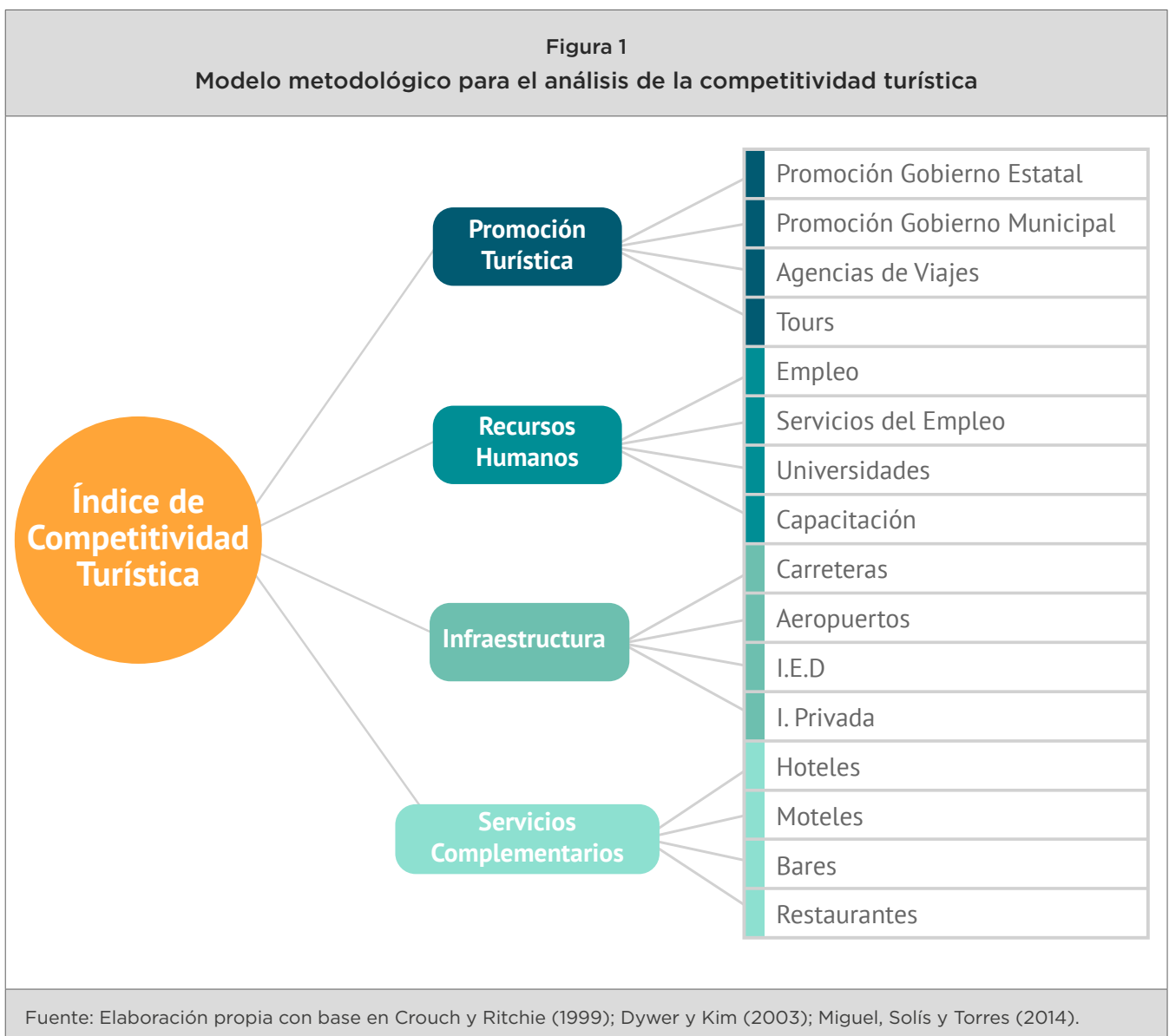
Limitaciones del estudio

No existe una limitación precisa. El fenómeno de estudio, la competitividad turística y la sustentabilidad local, se ha dado de una manera muy general, se ha estudiado a nivel país y dentro de un entorno regional, es por ello que la presente investigación se realizó en San Carlos Nuevo Guaymas, y tiene una perspectiva local. Con respecto a los argumentos teóricos, existe una serie de planteamientos que contemplan entornos turísticos a nivel país y entornos regionales a nivel estado; para efectos del análisis de estudio, se considera hacer una aportación a nivel local en San Carlos Nuevo Guaymas. En este caso, para investigaciones futuras, se pretende estudiar los destinos turísticos de sol y playa del Estado de Sonora y se tratará que los cálculos de competitividad turística y sustentabilidad local sirvan como parte de la toma de decisiones en materia de política pública no solo en los entornos locales sino que también se aplique desde una perspectiva regional.

Para efectos del modelo metodológico se diseñó un instrumento de trabajo en formato de encuesta, consistente en 60 reactivos en su mayor parte en escala de Likert. La encuesta fue aplicada en la localidad

turística durante el año 2018 a 210 personas. En la aplicación del instrumento se consideró a personas ligadas al turismo y al comercio, a los responsables de la promoción del turismo dentro del sector público, estudiantes de carreras de turismo, en general, la condición fue reunir características de involucramiento con el sector turismo. Se realizó un muestreo a conveniencia procurando reflejara la profesionalización del recurso humano involucrado con el turismo, la participación en la dimensión de infraestructura, movilidad y servicios turísticos complementarios.

El supuesto principal es que la competitividad turística debe tener un nivel de concordancia positiva entre las variables que lo componen. La competitividad turística lo compone: el número de empresas del ramo turístico, el recurso humano y su profesionalización, los servicios complementarios asociados al turismo, la promoción turística y el nivel de infraestructura. Se asume un contraste entre los resultados del índice por cada una de las variables antes mencionadas para determinar la sociabilidad entre ellas y la correlación entre las mismas para obtener la competitividad turística en San Carlos Nuevo Guaymas.



Del modelo metodológico planteado para medir la competitividad turística, se derivaron modelos estructurales y de segundo orden que resultaron de procesar la información obtenida de la aplicación del instrumento cuantitativo. Se estableció cuáles son las variables que tienen mayor impacto en la competitividad turística, también se determinaron los coeficientes obtenidos del procesamiento en SPSS versión 21 para realizar las pruebas de confiabilidad, llevar a cabo el análisis exploratorio y análisis confirmatorio para la validación del instrumento cuantitativo. Por último, se hicieron las correlaciones correspondientes para obtener los índices de Pearson. Las correlaciones se convirtieron en el índice de competitividad turística.

El presente estudio tiene un alcance correlacional, por ser un modelo de ecuaciones estructurales, la encuesta que se utilizó fue: competitividad turística en las localidades turísticas en el norte de México. Se aplicó a 220 sujetos ligados al sector turismo. Se construyó la encuesta a raíz de la necesidad de medir el índice de competitividad turística a nivel de localidad, las percepciones de actores involucrados en la actividad turística.

Las características sociodemográficas de los residentes de San Carlos Nuevo Guaymas que comprendió la aplicación de la encuesta en noviembre de 2018 son las siguientes:

Cuadro 1			
Perfil de los participantes de la encuesta en San Carlos Nuevo Guaymas			
Sexo		Estado civil	
Hombre	54 %	Soltero	67 %
Mujer	46 %	Casado	43 %
Edad		Ocupación	
18-23	20 %	Comercio	23 %
24-29	36 %	Pesca	7 %
30-35	32 %	Empleado	58 %
36-40	12 %	Estudiantes	12 %
Lugar de Nacimiento		Ingresos en pesos	
Localidad de Guaymas	61 %	2294-4598	48 %
Otra localidad de Sonora	29 %	4998-6882	34 %
Otro estado de México	4 %	6882 o más	18 %
Otro país	6 %	Más	0 %

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en la encuesta aplicada en San Carlos Nuevos Guaymas.

Análisis factorial confirmatorio: caso San Carlos Nuevo Guaymas

En el análisis factorial confirmatorio de la competitividad turística y sustentabilidad local confirma que el instrumento de medición mide lo que debe de medir con seis dimensiones, en este caso la competitividad turística presentada en un modelo general presenta los siguientes resultados: el coeficiente de

mardia es 9.42 %, es decir, es mayor que 7 el punto de corte, por lo tanto, se toma el método robusto, de esta manera se retoma Satorra Bentler que es 68.666 con 45 grados de libertad con una probabilidad 0.019 %, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 93 % entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 93.7 % entre más cercano a uno es mejor, RMSEA es 6 % entre más cercano a cero es mejor, y el alfa de Cron Bach es de 90 %.

Cuadro 2
Análisis factorial confirmatorio de la competitividad turística y sustentabilidad local en San Carlos Nuevo Guaymas

Factores o constructos	Mardia	Chi cuadrada	Grados libertad	p	NNFI	CFI	RMSEA	Alfa Cron Bach	Número de Reactivos
		(o Chi cuadrada de Satorra-Bentler)							
Comptur	9.4283	68.666	45	0.0196	0.931	0.937	0.058	0.901	12
Dimentur	4.0210	1.911	3	0.683	0.996	1	0	0.803	5
Dimo	5.0100	0.281	2	0.7602	1	1	0	0.805	4
Dimprom	4.0584	0.002	1	0.8563	1	1	0	0.816	4
Dimrh	2.0254	1.236	2	0.3177	1	1	0	0.702	4
Sust.tur	-0.4001	5.656	5	0.23852	0.978	0.968	0.048	0.388	5

Fuente: Elaboración propia con la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local de San Carlos Nuevo Guaymas, análisis con el software SPSS y EQS 6.1.

La dimensión turismo que se describe en el presente modelo general nos explica los siguientes resultados, el coeficiente de mardia es 4.0210 %, es decir, menor que 7 el punto de corte; por lo tanto, se toma el método de máxima verosimilitud, de esta manera se retoma la chi cuadrada normal que es 1.911 con 3 grados de libertad con una probabilidad 0.683 %, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 0.996 % entre más cercano a uno es mejor, CFI de un 1 % entre más cercano a uno es mejor, RMSEA es 0 % entre más cercano a cero es mejor, y el alfa de Cron Bach es de .803 %. En este mismo sentido la oferta e infraestructura presentada en un modelo general indica los siguientes

resultados, el coeficiente de mardia es 5.0100 %, es decir, menor que 7 el punto de corte; por lo tanto, se toma el método de máxima verosimilitud, de esta manera se retoma la chi cuadrada normal que es 0.281 con 2 grados de libertad con una probabilidad 0.7602 %, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 1 % entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 1 % entre más cercano a uno es mejor, RMSEA es 0 % entre más cercano a cero es mejor, y el alfa de Cron Bach es de 0.805 %.

La promoción turística señalada en el modelo general predice los siguientes resultados: el coeficiente de

mardia es 4.0584 %, es decir, menor que 7 el punto de corte; por lo tanto, se toma el método de máxima verosimilitud, de esta manera se retoma la chi cuadrada normal que es 0.002 con 1 grados de libertad con una probabilidad 0.8563%, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 1 % entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 1 % entre más cercano a uno es mejor, RMSEA es 0 % entre más cercano a cero es mejor, y el alfa de Cron Bach es de 0.816 %. Evaluando el entorno de la formación del recurso humano expresada en el modelo general se orienta a los siguientes resultados, el coeficiente de mardia es 2.02 %, es decir, menor que 7 el punto de corte; por lo tanto, se toma el método de máxima verosimilitud, de esta manera se retoma la chi cuadrada normal que es 1.236 con 2 grados de libertad con una probabilidad 0.3177 %, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 1 % entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 1 % entre más cercano a uno es mejor, RMSEA es 0 % entre más cercano a cero es mejor, y el alfa de Cron Bach es de 0.702 %.

En esta misma perspectiva, la sustentabilidad turística local presentada en un modelo general sugiere los siguientes resultados: el coeficiente de mardia es -0.4001 %, es decir, menor que 7 el punto de corte; por lo que se toma el método de máxima verosimilitud; de esta manera, se retoma la chi cuadrada normal que es 5.656 con 5 grados de libertad con una probabilidad 0.2385 %, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 0.978 % entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 0.968 % entre más cercano a uno es mejor, RMSEA es 0.048 % entre más cercano a cero es mejor, y el alfa de Cron Bach es de 0.388 % (véase tabla 2).

Análisis de resultados en San Carlos Nuevo Guaymas

Derivado de la realización del análisis exploratorio y confirmatorio de las dimensiones establecidas en el instrumento de medición, se procedió a la realización de correlaciones bivariadas utilizadas para obtener el *coeficiente de determinación de Pearson*. De acuerdo a la teoría, el *coeficiente de Pearson* sirve para obtener el índice de competitividad turística a nivel localidad, este tiene una importancia preponderante

para este estudio y permite comprobar la hipótesis planteada. El coeficiente presenta en diferentes escalas los resultados de las dimensiones analizadas y el índice se obtiene derivado de un promedio en las correlaciones obtenidas.

En resumen, las dimensiones que integran el índice se componen: 1) *promoción turística* que integra el gobierno federal, estatal y municipal, así como las agencias de viajes y empresas tour operadoras, entre otras; 2) *formación y recurso humano*, participan todas las instituciones orientadas a brindar educación en materia turística; 3) *infraestructura, grosso modo* se trata de todo equipamiento e infraestructura turística que brinde la localidad desde la llegada del turista hasta la salida del lugar turístico y 4) *servicios complementarios*, tiene un papel importante ya que es la parte medular en los servicios de hospedaje, gastronomía y comercio.

La determinación del índice de competitividad turística puede aportar información útil para diseñar, priorizar y dar seguimiento a las políticas públicas que promuevan la competitividad de las localidades turísticas de Sonora y, en particular, de sus zonas urbanas. Nos señala los aspectos en los que es importante intervenir y mejorar, pero también aquellas fortalezas que son importantes de enfatizar y utilizar. Sirve principalmente como una herramienta para la toma de decisiones en los tres niveles de gobierno respecto al sector turismo en la localidad.

San Carlos Nuevo Guaymas se ha perfilado, desde hace algún tiempo, en una posición importante dentro del mapa de destinos turísticos de Sonora, principalmente por su ubicación geográfica estratégica, su rico patrimonio natural y por la hospitalidad de su gente. Estas cualidades han sido de alguna manera conocidas por sus propios habitantes y por quienes la visitan, no obstante, las características como destino turístico no habían sido medidas hasta la actualidad. De allí se plantea la necesidad de evaluar la capacidad del destino turístico para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio, y permita generar beneficios reales para las comunidades locales, las empresas y los prestadores de servicios turísticos,

además de favorecer la sustentabilidad del patrimonio natural, es decir conocer el índice de competitividad de San Carlos Nuevo Guaymas como destino turístico.

La investigación realizada al respecto se basa en el análisis y ponderación de cuatro factores de competitividad determinados por los modelos de competitividad turística a nivel regional como lo establece Miguel, Solís y Torres (2014). Según estos autores, la prueba de hipótesis se realiza a través de la obtención del coeficiente de Pearson, con base en la siguiente valoración de la correlación: muy alta 0.81 a 1.00; alta de 0.61 a 0.80; media de 0.41 a 0.60; baja de 0.21 a 0.40; muy baja de 0.00 a 0.20. La hipótesis se acepta

si la correlación obtenida posee un valor de 0.61 en adelante, con una significancia de al menos el 95 %.

En la tabla 3, se puede observar de forma desagregada un desglose de variables e indicadores y los valores asociados que componen el índice de competitividad turística de San Carlos Nuevo Guaymas. En el mismo, se aprecian los valores más altos donde el destino guarda fortaleza y los más bajos en donde persisten debilidades. Los componentes más débiles que integran el índice corresponden a los servicios complementarios en donde se ubica los servicios de hospedaje, el sector gastronómico y el entretenimiento.

Cuadro 3 Resumen de la matriz de correlación de cada variable que integra el Índice de Competitividad Turística de San Carlos Nuevo Guaymas	
VARIABLES	Coeficiente de correlación de Pearson
Promoción Turística	0.40
Formación y Recurso Humano	0.47
Infraestructura	0.54
Servicios Complementarios	0.62
Índice de Competitividad Turística	51 %

Fuente: Elaboración Propia con resultados preliminares de la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local aplicada en San Carlos Nuevo Guaymas.

Cuadro 4 Matriz de correlación de cada variable que integra el Índice de Competitividad Turística de San Carlos Nuevo Guaymas		
VARIABLES O CONSTRUCTOS	INDICADORES	VALORES (CORRELACIÓN PEARSON)
Promoción Turística	Promoción gobierno estatal	.28
	Promoción gobierno municipal	.31
	Promoción agencias de viajes	.60
	Tours	.38
Formación de Recursos Humanos	Empleos	.62
	Salarios	.43
	Formación Recursos Humanos Universidades	.42
	Capacitación	.36
Infraestructura	Carreteras	.65
	Aeropuertos	.45
	Inversión Extranjera Directa	.38
	Inversión Privada	.70
Servicios Complementarios	Hoteles	.72
	Moteles	.54
	Bares	.61
	Restaurantes	.67

Fuente: Elaboración Propia con resultados preliminares de la encuesta Competitividad turística y sustentabilidad local aplicada en San Carlos Nuevo Guaymas.

Sustentado en los aspectos generales del turismo, los económicos, sociales, medioambientales y la experiencia local, señalan finalmente que San Carlos Nuevo Guaymas se encuentra muy bien posicionada como destino turístico, con un índice de Competitividad turística del 51 % (ver tabla 4) con un resultado preliminar por arriba de la media numérica; sus mayores fortalezas descansan en su promoción turística, recursos humanos y la infraestructura turística.

Como parte de la investigación se consideró la evaluación y el cálculo, del índice de sustentabilidad local con los mismos parámetros de la competitividad turística, solo que con otro tipo de reactivos enfocados a la misma sustentabilidad del turismo visualizada desde la perspectiva medioambiental de la generación de basura y el consumo de agua que se genera en San Carlos Nuevo Guaymas, lo cual no

arroja índices de sustentabilidad bajos ya que podemos argumentar que entre más alto sea el índice de competitividad turística de un destino turístico, menor sustentabilidad tendrá ya que el aumento del turismo aumenta la demanda de los servicios básicos como el agua y aumenta el consumo generando mayores volúmenes de basura en los destinos turísticos.

En este mismo sentido se obtienen resultados muy bajos en las correlaciones del consumo de agua y la generación de basura lo que ocasiona que la sustentabilidad del turismo desde esta perspectiva sea de alrededor de un 25 % relativamente, de esta manera se asume que desde que se realizó tanto el análisis factorial exploratorio y confirmatorio las pruebas arrojaban datos negativos lo que corrobora una relación inversa entre la competitividad y la misma sustentabilidad del turismo, como uno de los principales hallazgos.

Cuadro 5 Resumen de la matriz de correlación de cada variable que integra el índice de sustentabilidad local de San Carlos Nuevo Guaymas	
Variables	Coefficiente de correlación de Pearson
Generación de basura	0.25
Consumo de agua	0.26
Índice de Sustentabilidad Turística Local	25 %

Fuente: Elaboración Propia con resultados preliminares de la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local aplicada en San Carlos Nuevo Guaymas.

Conclusiones

Derivado de los hallazgos encontrados podemos concluir que San Carlos Nuevo Guaymas es el segundo destino turístico más competitivo del estado de Sonora el cual represento un índice de competitividad turística del 51 %, lo que significa dentro de este mismo estándar una correlación moderada, donde la promoción turística, la formación del recurso humano, la infraestructura y los servicios complementarios explican de esta manera la competitividad turística de esta localidad.

Los resultados representan hallazgos muy importantes ya que los referentes metodológicos y modelos que se tomaron como referencia se aplican a nivel país y estado, este modelo que se construyó para cuantificar el índice de competitividad turística marca un gran aporte al conocimiento ya que derivado de las diferentes revisiones bibliográficas el cálculo de un índice de competitividad turística era una asignatura pendiente dentro del mismo turismo como sector de actividad económica y es por ello que el principal aporte de esta investigación es el cálculo del índice de competitividad turística a nivel localidad.

La ventaja de obtener este tipo de resultados es que se genera nuevo conocimiento y una nueva metodología para evaluar la competitividad de los destinos turísticos, esto a su vez permite el rediseño de políticas

públicas orientadas o aplicadas no solo a nivel país, región si no también profundizar más en las localidades turísticas que se conforma como la última parte de la estructura turística donde es más difícil evaluar la aplicación correcta de la política pública en materia de turismo, es por ello que al momento de correlacionar las diferentes variables que integran la competitividad turística nos arroja datos precisos para llegar a conclusiones muy puntuales.

Como resultado de la interacción de los distintos componentes del modelo cuantitativo, se muestra que San Carlos Nuevo Guaymas es un destino turístico moderadamente competitivo. Esto se debe a múltiples factores, uno de ellos y el más importante, es la infraestructura carretera de fácil acceso con señalización excelente, gasolineras y tiendas de auto servicios suficientes para los turistas nacionales y norteamericanos del suroeste de Estados Unidos, lo que facilita el tránsito terrestre de turistas nacionales e internacionales.

Por otro lado, la promoción turística representa una gran área de oportunidad y un reto importante en materia de política pública ya que muestra un coeficiente de correlación del 40 %. Donde en este caso se necesita más promoción de las agencias de viajes, gobierno del estado y el municipio de Guaymas. Sin

embargo, al ser una de las localidades turísticas de sol y playa más importantes y cercanos a Estados Unidos, le genera un valor adicional con respecto a las otras localidades en la misma región.

Otra variable importante tiene que ver con los servicios complementarios que representó un 62 %, esta, a su vez, fue la variable de mayor impacto dentro de los modelos tanto estructural y de segundo orden. En particular en el caso de San Carlos Nuevo Guaymas, las personas encuestadas coinciden en que San Carlos Nuevo Guaymas cuenta con grandes cadenas de hoteles, condominios, moteles, apartamentos y las vialidades internas en la zona turística son excelentes.

Por otra parte, en el papel que desempeñan las universidades en materia de turismo y formación de recurso humano, estas realizan buena formación de sus estudiantes en el ramo del turismo, lo que se refleja en los centros de trabajo turístico con mano de obra cada vez más calificada y con una buena atención al cliente en restaurantes, hoteles, casas de renta, comercios, farmacias, lo que al turista local, regional e internacional lo hace regresar.

De acuerdo con el contexto y el objetivo de la investigación, San Carlos Nuevo Guaymas nos muestra que es un destino turístico en desarrollo desde la perspectiva de la competitividad turística, en este caso el destino turístico aprovecha las ventajas de localización, los atractivos naturales, la infraestructura y servicios que se adaptan a la satisfacción del turista, con una imagen de mercado comercializable y estimable para el turista. La combinación de componentes del índice construido para San Carlos Nuevo Guaymas, permite vislumbrar el estado que guarda actualmente la calidad y competitividad del destino turístico y avizorar los factores que deben ser mejorados para fortalecerse.

Las principales aportaciones de este artículo son metodológicas por la forma en cómo se mide la competitividad turística a nivel local, también se generan nuevas aportaciones en generación de nuevo conocimiento en materia de turismo local y regional, así como también se aporta a la teoría regional y local con los hallazgos presentados de forma cuantitativa sustentados de manera conceptual y teórica con un alcance determinístico en el desarrollo del presente artículo

Referencias

- Bravo, M. S. (2004). "La competitividad del sector turístico". *Boletín Económico*. Banco de España, 9:1-18.
- Consejo Estatal de Población (COESPO). (2015). *Indicadores demográficos y socioeconómicos 2015*. Sonora: Gobierno del Estado de Sonora.
- Crouch, G.I. Y Ritchie, J.R.B. (1999). "Tourism, competitiveness and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44:137-152.
- Daskalopoulou, I. Y Petrou, A. (2009). "Urban Tourism Competitiveness: Networks and the Regional Asset Base". *Urban Studies*, 46 (4): 779-801.
- De Keyser, R. Y Vanhove, N. (1994). "The competitive situation of tourism in the Caribbean area- Methodological approach". *Revue de Tourisme*, 3:19-22.
- D'Hautesserre, A.M. (2000). "Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort". *Tourism Management*, 21: 23-32.

- Dwyer, L. Y Kim, CH. (2003). "Destination Competitiveness: Determinants and indicators". *Current Issues in Tourism*, 6(5):369-414.
- Dwyer, L.; Forsyth, P.; Rao, P. (2000). "The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations". *Tourism Management*, 21(1):9-22.
- Dwyer, L.; Mellor, R.; Livaic, Z.; Edwards, D.; Kim, C. (2004). "Attributes of Destination Competitiveness: A factor analysis". *Tourism Analysis*, 9:1-11.
- Enright, M.J. Y Newton, J. (2004). "Tourism destination competitiveness: a quantitative approach". *Tourism Management*, 25:777-788.
- Faulkner, B.; Oppermann, M.; Fredline, E. (1999). "Destination competitiveness: An exploratory examination of South Australia's core attractions." *Journal of Vacation Marketing*, 5 (2):125-139.
- Foro Económico Mundial (FEM). (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Genova: Foro Económico Mundial.
- Flores Ruiz, D. Y Barroso González, M. (2009). *Análisis de la competencia en la actividad turística*, Oviedo, Septem ediciones.
- González, R. y Mendieta, M. (2009). "Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos". *Cuadernos de Turismo*, no. 23:111-128.
- Go, F.M. Y Govers, R. (2000). "Integrated quality management for tourist destinations: A European perspective on achieving competitiveness". *Tourism Management*, 21:79-88.
- Gooroochurn, N. Y Sugiyarto, G. (2005): "Competitiveness indicators in the travel and tourism industry". *Tourism Economics*, 11 (1):25-43.
- Hassan, S.S. (2000). "Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry". *Journal of Travel Research*, 38:239-245.
- Hong, W. (2009). "Global competitiveness measurement for the tourism sector". *Current Issues in Tourism*, 12(2):105-132.
- Hu, W. Y Wall, G. (2005). "Environmental management, environmental image and the competitive tourist attraction". *Journal of sustainable tourism*, 13 (6):617-635.
- Huybers, T. Y Bennet, J. (2003). "Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations". *Environmental and Resource Economics*, 24:213-233.
- Holden, A. (2000). *Environment and tourism*. London: Routledge.
- León, C. (2016) *Turismo de segunda residencia y comunidades cerradas. Efectos sociales y urbanos: estudio de caso de San Carlos Nuevo Guaymas*.

- D'hateserre, A.M. (2000). "Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort". *Tourism Management*, 21: 23-32.
- Kim, C. Y Dwyer, L. (2003). "Destination Competitiveness and Bilateral Tourism Flows Between Australia and Korea". *The Journal of Tourism Studies*, 14 (2):55-67.
- Kozak, M.; Rimmington, M. (1999). "Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings". *International Journal of Hospitality Management*, 18:273-283.
- Mazaro, R. M.; Varzin, G. (2008): "Competitiveness Models for Tourist Destinations into the Sustainability Context". *RAC*, Curitiba, 12 (3):789-809.
- Miguel, Solís y Torres (2014). "El impacto territorial del turismo en el desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000-2010", en *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, volumen 12, número 2, pp. 357-368.
- Mihalič, T. (2000). "Environmental management of a tourist destination. A factor of tourism competitiveness". *Tourism Management*, 21(1):65-78.
- Morales, M (2006) El desarrollo local sostenible Economía y Desarrollo No. 2 / Vol. 140 / Jul.-Dic. / 2006.
- Montaño, A., Pérez, J. y De la O, V. (2014). "Reposicionamiento para destinos turísticos consolidados; el caso de Los Cabos, México". *Cuadernos de turismo*, No. 33: 271-295.
- Monfort MIR, V.M. (1999). *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*, Tesis Doctoral, Universidad de Valencia.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2019). ¿Por qué el Turismo? Consultado el 20 de marzo de 2019. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- Pearce, F.G. (1997). "Competitive destination analysis in Southeast Asia". *Journal of Travel Research*, 35 (4):16-24.
- Playas México (2019). Consultado el 18 de febrero de 2019. Disponible en: <http://www.playasmexico.com.mx/bahia-de-san-carlos-542.html>
- Plan Municipal de Desarrollo Guaymas Sonora 2018-2021.
- Poon, A. (1993). "Tourism, technology and competitive strategies". *CAB International*, Wallingford.
- Ritchie, J.R.B. Y Crouch, G.I. (2000). "The Competitive Destination. A Sustainable perspective". *Tourism Management*, 21:1-7.
- Ritchie, J.R.B. Y Crouch, G.I. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective*. CABI Publishing, UK.
- Sánchez, M. (2006): "Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente". *Revista de análisis turístico*, 1:4-22.

Secretaría de Turismo (SECTUR) (2017) (2020). *Turismo en México 2016*, México, SECTUR.

Siles, D. (2016). *Competitividad de los Destinos Turísticos caso del Mediterráneo Español*. Universidad Politécnica de Cartagena.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). Censo Económico. México: INEGI.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Encuesta Intercensal 2015. México: INEGI.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011c). Anuario estadístico de Sonora, 2011. Aguascalientes, México: INEGI.

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora del período 2010-2015.