

Análisis Cuantitativo de la Competitividad Turística en Bahía de Kino, Sonora

Quantitative Analysis of Tourist Competitiveness in Bahía de Kino, Sonora

Fecha de recepción:
3 Mayo del 2022

Aaron Chavez Valdez¹, Jesús Ángel Enríquez Acosta²
y María Elena Robles Baldenegro³

Fecha de aprobación:
07 Septiembre del 2022

- ¹ Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Sonora, es maestro en administración por la Universidad de Sonora, cuenta con especialidad en desarrollo sustentable por la Universidad de Sonora, es Licenciado en economía por la Universidad de Sonora, actualmente es miembro del sistema nacional de investigadores (SNI) nivel candidato, también es profesor de tiempo completo del Departamento de Economía de la universidad de Sonora
Correo: aaron.chavez@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1904-4794>.
- ² Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Maestro en Ciencias Sociales por El Colegio de Sonora (COLSON) y Licenciado en Sociología por la Universidad de Sonora (UNISON). Profesor investigador del Departamento de Sociología y Administración Pública de la Universidad de Sonora. Miembro del Cuerpo Académico Multiculturalidad, Identidad y Cambio Social y Presidente de la Academia Globalización y Procesos Locales en el Noroeste de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I.
Correo: jesus.enriquez@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0931-8491>.
- ³ Profesora Investigadora adscrita al Departamento de Contabilidad de la Universidad de Sonora, egresada de El Colegio de Sonora. Doctorada en Ciencias Sociales con Especialidad en Desarrollo Regional. Realizó sus estudios de Maestría en la Universidad Autónoma de México, dentro de la Facultad de Ciencias. Es profesora investigadora con reconocimiento al perfil PRODEP y Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Con producción académica publicada dentro del ámbito nacional e internacional,
Correo: maria.robles@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3358-1342>.

Resumen

El artículo tiene por objetivo, explorar y construir un análisis cuantitativo de la competitividad turística para Bahía de Kino Sonora, a partir de las percepciones de los actores locales que participan del turismo. Esta localidad se constituyó en años recientes en uno de los destinos turísticos de Sonora con mayor afluencia de visitantes debido a su cercanía con Hermosillo la capital del Estado y los Estados Unidos, 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 preguntas, la mayor parte de ellos en escala de Likert, se aplicó un muestreo a conveniencia a 120 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. Los datos se procesaron utilizando el software SPSS versión 21, EQS 6.1 con la finalidad de realizar pruebas de confiabilidad, y hacer el análisis cuantitativo exploratorio y confirmatorio para la validación del instrumento. Por último, se hicieron las correlaciones correspondientes para promediar el índice de competitividad turística.

Palabras Clave: Análisis cuantitativo, Turismo, Competitividad

Abstract

The article aims to explore and build a quantitative analysis of tourism competitiveness for Bahía de Kino Sonora, based on the perceptions of local actors involved in tourism. In recent years, this police station became one of the tourist destinations in Sonora with the highest influx of visitors due to its proximity to Hermosillo, the capital of the State and the United States, the natural attractions and the real estate development built 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 sample was applied to 120 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 supply, tourism promotion, human resource training and tourism in general. The data was processed using the SPSS version 21, EQS 6.1 software in order to carry out reliability tests, and to carry out the exploratory and confirmatory quantitative analysis for the validation of the instrument. Finally, the corresponding correlations were made to average the tourism competitiveness index.

Keywords: Quantitative analysis, Tourism, Competitiveness.

1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el turismo es uno de los sectores de actividad económica que cada vez cobra mayor relevancia a nivel mundial, nacional y regional, en este caso es importante analizar la competitividad turística que presentan los centros turísticos locales. Partiendo de la premisa planteada se requiere saber que tan competitivos son los entornos locales ligados al turismo. En este sentido conceptualmente se comprende la competitividad turística como la forma en que un destino turístico genere los atractivos turísticos necesarios para que los turistas, disfruten de una oferta turística de calidad del destino turístico, esto a su vez, crea una mayor derrama económica importante la cual comprende la cuantificación del valor monetario total promedio según La Secretaria de Fomento al Turismo (SEFOTUR, 2012-2018). En términos de ingresos para las unidades económicas ligadas al turismo y gastos para los turistas, logrando que los turistas se sientan los dueños del lugar. La competitividad del destino turístico aporta, un mayor crecimiento en las diferentes variables económicas asociadas al turismo (Siles, 2016).

Todavía más, es necesario analizar la competitividad a nivel local por las implicaciones que tiene en cuanto al diseño de políticas públicas desde los destinos turísticos, este tipo de análisis ayudará a la reducción de impactos negativos a nivel social que se generan por el turismo, en contra parte también

ayudará al fomento y creación de infraestructuras, mejoramiento de servicios turísticos. Además, la competitividad implica atraer e incentivar inversiones privadas y extranjeras que generen empleos, desarrollen vocación turística, servicios atractivos y diversos para el turista, que fortalezcan al turismo como sector de actividad económica.

Por competitividad turística se entiende lo definido por Ritchie y Crouch (2000:137-152) como “la habilidad de un lugar para generar una mayor capacidad económica y lograr un mayor crecimiento, de esta forma, el bienestar del lugar o región se logra 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 (2009:111-128), 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 cuáles, 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).

Tomando en cuenta lo anterior, el interés de este trabajo es analizar la competitividad local de un destino turístico en proceso de desarrollo, parte de la premisa que los análisis con respecto al tema solo se tienen evidencias empíricas de estudios a nivel país o región y en menor medida en casos locales.

En ese sentido, en este trabajo se planteó dos preguntas: ¿Cuáles son los factores que podrían hacer de Bahía de Kino, Sonora un destino competitivo a nivel regional? ¿Cuáles son los factores de mayor y menor fortaleza que limiten o faciliten la competitividad turística de la localidad? Para responder a esas interrogantes se procedió a la realización de la investigación. Teniendo como hipótesis de trabajo y esta misma se realizó a través de la obtención de los coeficientes de correlación, basado 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%. 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.

El objetivo del presente artículo es explorar y construir un índice de competitividad turística para la localidad de Bahía de Kino Sonora, a partir de las percepciones de quienes participan de la actividad turística, el principal destino turístico del estado de Sonora. En este trabajo, se pretende generar conocimiento en materia de competitividad turística considerando los vacíos existentes en el tema a nivel local en México.

2. TURISMO EN EL CONTEXTO MUNDIAL, NACIONAL Y LOCAL

La Organización Mundial del Turismo (OMT) publicó que México escaló del octavo al sexto lugar en llegadas de turistas internacionales, al registrar 39.3 millones de turistas de otros países que llegaron al país en el año 2017, colocándose por encima de países como Reino Unido, Turquía y Alemania. Con base en el documento Panorama OMT del Turismo Internacional 2018, los datos representa además un crecimiento de 12% en el flujo de viajeros (OMT, 2019).

Los datos revelan que esta actividad económica cada vez tiene mayor participación 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 el 7% de las exportaciones del planeta; y contribuye con 30% de los servicios de exportación Organización Mundial de Turismo (OMT, 2019). En el año 2015 el turismo representó el 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB) de México (Sectur, 2016).

Ante los datos tan positivos aparentemente, los países con vocación turística cada vez más elaboran sus planes de desarrollo turístico para captar un mayor número de turistas cada año. Tal es el caso de México que desarrolla una serie de planes, programas, reglamentos y normas encaminadas al aprovechamiento de su potencial turístico. Esto le ha permitido estar entre los 10 países con mayor captación de turistas del mundo y en el lugar 22, en materia de competitividad turística de acuerdo al Foro Económico Mundial (FEM, 2017).

Es importante el contexto social y económico de Bahía de Kino por la misma naturaleza de ser un pueblo pesquero o una comisaría, donde según la Ley Orgánica de los Municipios (LOM) en su artículo 197 representa la desconcentración administrativa de los ayuntamientos en este caso del ayuntamiento de Hermosillo. En primera instancia; es muy evidente la carestía que existe, por lo que, al interactuar en términos competitivos y de sustentabilidad ambiental, deja por fuera muchos aspectos estéticos de la misma localidad al momento de interactuar como ciudad turística.

La gran mayoría de las actividades económicas que se practican en Bahía de Kino, ya sea por extracción, explotación o uso directo, dependen de los recursos naturales marinos y costeros. La actividad pesquera contribuye con el 46.35% del producto generado en la comunidad. La pesca, el comercio y los servicios, están en el segundo lugar con un 43.54%. Por otra parte sector industrias y artesanías, a pesar de contribuir solo con el 9.59%, juega un papel medular ya que esta actividad está ampliamente extendida al interior del pueblo. Finalmente, el 0.52%, restante lo aportan otras actividades productivas que incluye ganadería y huertos familiares (INEGI, 2010).

3. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Hassan (2000:239) sugiere por competitividad de un destino turístico “la capacidad del destino para generar productos con alto valor que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores”. D’Hautesserre (2000:23), por su parte, define la competitividad del destino como “la habilidad de un destino turístico para mantenerse 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, 2008:790).

El aumento por el interés en términos de competitividad turística ha evolucionado según se señala en las aportaciones científicas de manera específica por (Bravo, 2004; Crouch y Ritchie, 1999; Daskalopoulou y Petrou, 2009; De Keyser y Vanhove, 1994; D’Hauteserre, 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).

Retomando las anteriores aportaciones teóricas se interpretan las principales contribuciones ya analizadas de los principales modelos de los destinos turísticos en materia de competitividad turística, en los cuales se puntualizan de manera objetiva los aspectos positivos y sus limitaciones. Teniendo en cuenta, tal y como lo señalan Ritchie y Crouch (2000:5), que la competitividad es “ilusoria sin sostenibilidad”.

En este sentido, Ritchie y Crouch (2003) fundamentaron que un destino competitivo es aquel que promueve el máximo bienestar para sus habitantes de formas 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, 2003:49).

4. METODOLOGÍA

El modelo planteado (véase figura 1) retoma las aportaciones teóricas 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); Dwyer 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.

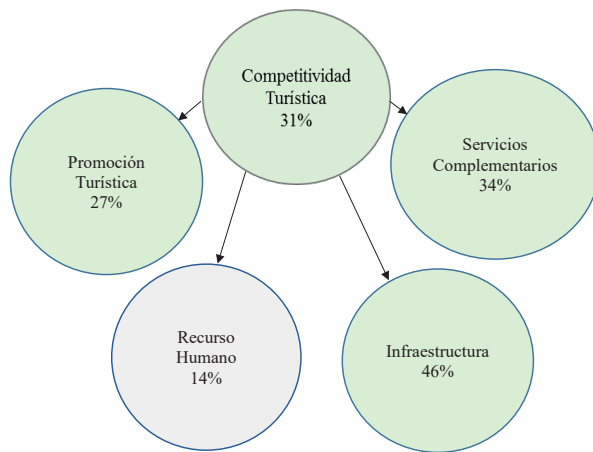
Básicamente, los modelos planteados por estos autores se sustentan en cuatro grandes variables: infraestructura, promoción turística, formación del recurso humano y servicios complementarios. Estas variables se retomaron en los reactivos incluidos en el instrumento aplicado entre habitantes que participan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

Para Miguel, et al. (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.

Derivado del planteamiento teórico de los anteriores autores citados, la centralidad del planteamiento del problema y el objetivo general radica en correlacionar la competitividad turística de acuerdo con las variables definidas. A raíz de esto, surge la interrogante del por qué, en términos de competitividad turística la localidad de Bahía de Kino, Sonora, ha experimentado nuevas formas de organización económica a través del tiempo por las crisis económicas que han ocurrido en nuestro país. Las cuales han causado 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.

Si bien es cierto existe una amplia literatura acerca de la competitividad turística los enfoques parten de situaciones muy diversas y heterogéneas, lo cierto es que en el caso particular del modelo que en el presente artículo se plantea, existe escasa investigación y teorización al respecto más aun cuando se centra el caso en el modelo planteado para una localidad turística del Estado de Sonora.

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



Fuente: Elaboración propia con la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local de Bahía de Kino, análisis con el software SPSS y EQS 6.1.

Figura 1. Modelo metodológico de la competitividad turística en Bahía de Kino.

turismo y servicios complementarios, 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, 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.

Se diseñó un instrumento de trabajo en formato de encuesta, consistente en 60 reactivos donde en cada variable evaluada tenía diferentes indicadores estas mismas variables e indicadores pueden consultarse en el (cuadro 4) donde en su mayor parte la cuantificación fue en escala de Likert. La encuesta fue aplicada en la localidad turística durante el año 2018 a 120 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 de las correlaciones 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 Bahía de Kino. Del modelo metodológico planteado para medir la competitividad turística, se derivaron los análisis exploratorios y confirmatorios 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 coeficientes de correlación de Pearson. Las correlaciones se asumen como un índice de competitividad turística. El presente estudio tiene un alcance correlacional, por ser un planteado como un modelo de ecuaciones estructurales, el instrumento a utilizar es la *Encuesta Competitividad Turística en las Localidades Turísticas en el Norte de México*. Se aplicó a 120 sujetos ligados al sector turismo. Se construyó la encuesta a raíz de la necesidad de medir el índice de competitividad turística a nivel localidad de acuerdo a las percepciones de actores involucrados en la actividad turística.

En este caso se argumenta también el benchmarking aplicado al destino turístico donde Kosak, (2004) plantea la sensibilidad hacia la obtención las oportunidades políticas, sociales, medioambientales y tecnológicas. Donde en el caso de Bahía de Kino se escapa del presente artículo la medición de satisfacción del cliente, pero las variables sociales o sociodemográficas de los entrevistados están de manifiesto en el (ver cuadro 1). Las otras variables como el ámbito político, en términos de los que explica la promoción turística desde la perspectiva del gobierno local y estatal (ver cuadro 4) y por último el ámbito tecnológico, y medioambiental quedan fuera del objeto de investigación.

Las características sociodemográficas de los residentes de Bahía de Kino que comprendió la aplicación de la encuesta en noviembre de 2018 son las siguientes:

Cuadro 1. Estructura de los participantes de la encuesta en Bahía de Kino

Sexo		Estado Civil	
Hombre	54%	Soltero	67%
Mujer	46%	Casado	43%
Edad		Ocupación	
18-23	20%	Comercio	24%
24-29	36%	Pesca	9%
30-35	32%	Empleado	55%
36-40	12%	Estudiantes	12%
Lugar de Nacimiento		Ingresos pesos mexicanos	
Localidad de Bahía de Kino	59%	2294-4598	48%
Otra localidad de Sonora	31%	4998-6882	34%
Otro Estado México	6%	6882 O más	18%
Otro país	4%	mas	0%

Fuente: Elaboración propia con la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local de Bahía de Kino, análisis con el software SPSS

4.1 Análisis Factorial Exploratorio Caso Bahía de Kino

Dentro del análisis factorial exploratorio se pretende con mayor frecuencia probar la confiabilidad de un modelo estadístico planteado a través de constructos y dimensiones, para este caso, el modelo de competitividad turística y sustentabilidad local muestra cuatro constructos que, de alguna manera,

muestran confiabilidad, armonizados a ello se muestran otros valores.

Cuadro 2. Análisis Factorial Exploratorio de la Competitividad Turística y Sustentabilidad local en Bahía de Kino.

Factores o Constructos	Valor Eigen	% de Varianza Explicada Acumulada	Alfa de Cron Bach	Número de Reactivos	Kmo	Esfericidad de Bartlett
Turismo	2.273	53.44	0.604	4	0.752	276.774
Oferta	2.615	50.919	0.722	4	0.798	289.733
Promoción Turística	1.613	60.323	0.710	4	0.629	239.409
Recurso Humano	1.929	37.189	0.676	3	0.644	54.64

Fuente: Elaboración propia con la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local de Bahía de Kino, análisis con el software SPSS

Para el turismo en general presenta un Alfa de Cron Bach de 60.4% lo que indica que sí es confiable el constructo o dimensión; para reforzar la confiabilidad se toman en cuenta los autovalores Eigen, de los cuales se retoman los que sean mayores a uno que para este caso son 3 y de los cuales se retoma 53.44% de varianza explicada de los autovalores Eigen; por otra parte se retoma el valor KMO de 75%, entre más cercano a uno es más fuerte la confiabilidad, mostrando una esfericidad de Bartlett 276 aceptable.

La oferta e infraestructura presenta un Alfa de Cron Bach de 72% lo que indica que sí es confiable el constructo o dimensión, para reforzar la confiabilidad se toman en cuenta los autovalores Eigen, de los cuales se retoman los que sean mayores a uno que para este caso son 2 y de los cuales se retoma 50.93% de varianza explicada de los autovalores Eigen, por otra parte se retoma el valor KMO de 79% entre más cercano a uno es más fuerte la confiabilidad, mostrando una esfericidad de Bartlett 289 aceptable.

La promoción turística presenta un Alfa de Cron Bach de 71% lo que indica que sí es confiable el constructo o dimensión, para reforzar la confiabilidad se toman en cuenta los autovalores Eigen, entre los cuales se retoman los que sean mayores a uno que para este caso son 1 y de los cuales se retoma 65.32% de varianza explicada de los autovalores Eigen; por otra parte se retoma el valor KMO de 62.9% entre más cercano a uno es más fuerte la confiabilidad, mostrando una esfericidad de Bartlett 239 aceptable.



La formación de recursos humanos presenta un Alfa de Cron Bach de 67% lo que indica que sí es confiable el constructo o dimensión, para reforzar la confiabilidad se toman en cuenta los autovalores Eigen entre los cuales se retoman los que sean mayores a uno y para este caso son 2, de los cuales se retoma 54.18% de varianza explicada de los autovalores Eigen; por otra parte se retoma el valor KMO de 64% entre más cercano a uno es más fuerte la confiabilidad, mostrando una esfericidad de Bartlett 44 aceptable (ver cuadro 2).

4.2 Análisis factorial confirmatorio caso Bahía de Kino

En el análisis factorial confirmatorio de la competitividad turística y sustentabilidad local, se 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 nos guía a los siguientes resultados: el coeficiente de mardia es 9.62%, 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 70.666 con 44 grados de libertad con una probabilidad 0.018%, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 90% entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 93% 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 96%.

En este caso la variable turismo presentada en un modelo general ofrece los siguientes resultados: el coeficiente de mardia es 3.04%, 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 1.884 con 3 grados de libertad con una probabilidad 5.3%, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 99% entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 100% 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 82%.

La variable oferta e infraestructura presentada en un modelo general evidencia los siguientes resultados: el coeficiente de mardia es 4.44%, 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 .401 con grados de libertad con una probabilidad 7.6%, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 100% entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 100% 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 81%.

La promoción turística presentada en un modelo general manifiesta los siguientes resultados: el coeficiente de mardia es 3.88%, 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 .0050 con 1 grados de libertad con una probabilidad 7.5%, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 100% entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 100% 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 89%.

Cuadro 3. Análisis Factorial Confirmatorio de la Competitividad Turística y Sustentabilidad Local en Bahía de Kino

Factores o constructos	Mardia	Chi cuadrada		p	NNFI	CFI	RMSEA	Alfa Cron Bach	Número de Reactivos
		(o Chi cuadrada de Satorra-Bentler)	Grados libertad						
Competitividad	9.6283	66.466	44	0.0172	0.901	0.937	0.068	0.965	12
Turismo	3.0417	1.814	3	0.5531	0.911	1	0	0.821	5
Oferta	4.4938	0.401	2	0.7601	1	1	0	0.811	4
Promoción T.	3.8653	0.005	1	0.7563	1	1	0	0.892	4
Recurso Humano	1.0328	1.646	2	0.2177	1	1	0	0.715	4

Fuente: Elaboración propia con la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local de Bahía de Kino, análisis con el software SPSS y EQS 6.1.

En este caso, la variable formación del recurso humano presentada en un modelo general revela los siguientes resultados: el coeficiente de mardia es 1.62%, 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 1.64 con 2 grados de libertad, con una probabilidad 2.1%, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 100% entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 100% 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 71%.

En la sustentabilidad local presentada en un modelo general expone los siguientes resultados: el coeficiente de mardia es -3.5 %, 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 6.75 con 5 grados de libertad, con una probabilidad 2.2%, presentando unos índices de bondad de ajuste aceptables como el NNFI de un 98% entre más cercano a uno es mejor, CFFI de un 97% entre más cercano a uno es mejor, RMSEA es 3.8% entre más cercano a cero es mejor, y el alfa de cron Bach es de 48% (ver cuadro 3). Esta variable no se incluyó en el cuadro 4, ya que en el análisis confirmatorio sus resultados presentaron una incidencia negativa desde el análisis confirmatorio (ver cuadro 3).

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS EN BAHÍA DE KINO

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 variables 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 touroperadoras, entre

otras; 2) formación y recurso humano, participan todas las instituciones orientadas a brindar educación en materia turística; 3) infraestructura, a groso 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.

El estudio de la competitividad turística es una herramienta que sirve para evaluar las principales variables que la componen en primera instancia, también realiza aportes de información que se puede utilizar en la toma de decisiones priorizando siempre la mejora de las políticas públicas orientadas al turismo, y ubicando cuales son las variables más fuertes y débiles para actuar en consecuencia.

En este caso de la evaluación de la competitividad turística de Bahía de Kino, muestra las diferentes correlaciones que alcanzaron las variables al correr el modelo de allí mismo con este análisis se puede retomar para visualizar el desarrollo que tiene este lugar turístico y las capacidades económicas que puede alcanzar a desarrollar en el presente y en un futuro.

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, según estos autores Miguel, et al. (2014). La prueba de hipótesis se realiza a través de la obtención de los coeficientes de correlación, basado 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 el (ver cuadro 4), se puede observar de forma desagregada un desglose de variables e indicadores y los valores asociados que componen el índice de competitividad turística de Bahía de Kino. 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. Este componente nos dice que la calidad de la oferta turística es cuestionable. En



lo que respecta a la variable recursos humanos se destaca el problema de falta de capacitación del personal que interviene en los servicios y los salarios devengados por ese personal.

Cuadro 4. Correlación de cada variable que integra el Índice de Competitividad Turística de Bahía de Kino

VARIABLES O CONSTRUCTOS	INDICADORES	VALORES (CORRELACIÓN PEARSON)
Promoción Turística	promoción gobierno estatal	.23
	promoción gobierno municipal	.27
	promoción agencias de viajes	.32
	Tours	.27
Formación de Recursos Humanos	Empleos	.10
	Salarios	.12
	Formación recursos humanos Universidades	.19
	Capacitación	.16
Infraestructura	Carreteras	-.49
	Aeropuertos	-.38
	Inversión Extranjera Directa	-.46
	Inversión Privada	.52
Servicios Complementarios	Hoteles	.48
	Moteles	.28
	Bares	.18
	Restaurantes	-.45

Fuente: Elaboración Propia con resultados preliminares de la encuesta competitividad turística y sustentabilidad local aplicada en Bahía de Kino

Considerando los resultados específicos que arroja el cuadro 4, donde se muestra la correlación de cada una de las variables en este caso se ejemplifica la primer variable que contiene al menos cuatro indicadores derivados de la promoción turística por el mismo gobierno estatal es .23 de correlación, gobierno municipal es de .27, agencias de viajes .32, y las tour operadoras mantienen una correlación de .27.

En este mismo sentido se puede mostrar el resultado obtenido con la variable formación de recursos humanos, la cual en empleos muestra una correlación de .10, en salarios .12, en capacitación .16, y en la formación misma del recurso humano por las universidades alcanza solo el .19 de correlación.

Variable como infraestructura es de la que muestra correlaciones más altas con respecto al indicador referente a carreteras .49 de correlación, por otra parte indicadores referentes al aeropuerto se toma como referencia el aeropuerto de la ciudad de Hermosillo el cual muestra una correlación de .38, en inversión privada e inversión extranjera tiene correlaciones moderadas una por debajo del .50 y otra por encima del .50 esto nos indica que si hay un nivel de inversión aceptable en términos de correlación pero es insuficiente.

Por último la variable de servicios complementarios muestra los indicadores más sustanciales donde los hoteles tienen un .48 de correlación y los restaurantes tienen un .45 de correlación, moteles .28 y bares .18 representando así los indicadores de servicios complementarios más bajos.

Sustentado en los aspectos generales del turismo, los económicos, sociales, medio ambientales y la experiencia local, señalan finalmente que Bahía de Kino se encuentra en una posición privilegiada por el potencial turístico que puede alcanzar a desarrollar con el paso de los años, como destino turístico, los valores representados por variables e indicadores no alcanzan a explicar satisfactoriamente los alcances que pueda tener la correlación de Pearson ya que está muy por debajo del promedio para establecer condiciones moderadas con resultados satisfactorios, la ventaja de obtener este tipo de resultados ubica muy bien cuáles son las áreas de oportunidad para el turismo que se practica en Bahía de Kino de igual manera este tipo de resultados brinda una nueva visión para una reorientación de la política pública que se aplica para este destino turístico el cual presenta un índice de competitividad turística en promedio del 30% (ver cuadro 4) con un resultado preliminar cercano a la media numérica; sus mayores fortalezas descansan en sus servicios complementarios orientados a la atención del turista y la infraestructura turística.

Si bien es cierto que existen investigaciones relacionadas con el turismo en Bahía de Kino, se puede señalar al no existir investigaciones relacionadas con la competitividad turística de esta localidad, la posibilidad de generar una mayor discusión con otros autores es escasa o nula ya que este tipo de investigaciones se pueden considerar como pioneras en esta modalidad.



7. CONCLUSIONES

Como resultado de la interacción de los distintos componentes del modelo cuantitativo, se muestra que Bahía de Kino, Sonora es un destino turístico que tiene una baja estructura competitiva. Esto se debe a múltiples factores que se conjugan con la escasez de complejos hoteleros y restauranteros que no se dan abasto en temporada alta o en los fines de semana lo que se determina como una derrama económica limitada solo al turismo de fin de semana. Por otra parte la infraestructura carretera es de fácil acceso para los turistas locales, nacionales, e internacionales norteamericanos del suroeste de Estados Unidos.

Por otro lado, la promoción turística no es suficiente. Sin embargo, al ser una de las localidades turísticas de sol y playa más importantes y cercanos a Estados Unidos, y otros Estados colindantes con Sonora le genera un valor adicional con respecto a las otras localidades en la misma región. Otra variable importante como lo son los servicios complementarios, está a su vez es una de las variables de mayor impacto dentro de los coeficientes de correlación mostrados, en particular en el caso de Bahía de Kino, Sonora, las personas encuestadas coinciden en el papel que desempeñan las universidades de la región en materia de turismo. 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, lo que al turista local, regional e internacional lo hace regresar.

Sin embargo, el componente más débil de los coeficientes de correlación refleja que el sector más visible del turismo, como lo son los hoteles y restaurantes, requiere de mayor intervención con otros niveles de inversión tendiente a asegurar el mejoramiento de la imagen del lugar como destino turístico y los servicios que se brindan a los turistas.

De acuerdo a las preguntas de investigación que se plantearon y del objetivo tendiente a la medición de la competitividad, Bahía de Kino Sonora es un destino turístico en vías de desarrollo. Los retos y áreas de oportunidad que imponen las condiciones de (sol y playa, entre otros) que ofrece el lugar son factores de atracción para el creciente número de visitas. Los componentes de las correlaciones

construidas a partir de las percepciones de los actores que participaron en el estudio, muestran que la localidad está en vías de desarrollo, mostrando un gran potencial del mismo en algunas variables. La combinación de componentes de las correlaciones para Bahía de Kino Sonora, permiten vislumbrar el estado que puede alcanzar en competitividad del destino turístico y predecir los factores que deben ser mejorados con una reorientación de las políticas públicas aplicadas a los diferentes destinos turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bravo, M. S. (2004). "La competitividad del sector turístico". *Boletín Económico*. Banco de España, 9:1-18.
- 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
- 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.
- Kozak, M. (2004) Destination Benchmarking, Concepts, Practices and Operations. Cambridge (MA) Publishing
- Ley Orgánica del Municipio Libre (2022) www.juridicas.unam.mx
- Mazaro, R. M.; Varzin, G. (2008): "Competitiveness Models for Tourist Destinations into the Sustainability Context". *RAC*, Curitiba, 12 (3):789-809.
- Miguel, A.E.; Solís, N. y Torres, J.C. (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.
- 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?. <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo> (20 de marzo de 2019).
- Pearce, F.G. (1997). "Competitive destination analysis in Southeast Asia". *Journal of Travel Research*, 35 (4):16-24.
- 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). *Turismo en México 2016*, México, SECTUR.
- Secretaría de Fomento Turístico (2012-2018). *Estimación de la Derrama Económica de los Visitantes con Pernocta al Estado de Yucatán. 2014*, México
- Siles, D. (2016). *Competitividad de los Destinos Turísticos caso del Mediterráneo Español*. Universidad Politécnica de Cartagena.