

EVALUACIÓN DEL VISITANTE EN EL PUEBLO MÁGICO DE LORETO

Plácido R. Cruz Chávez, Universidad Autónoma de Baja California Sur
Judith Juárez Mancilla, Universidad Autónoma de Baja California Sur
Gustavo R. Cruz Chávez, Universidad Autónoma de Baja California Sur
José I. Urciaga García, Universidad Autónoma de Baja California Sur

RESUMEN

Conocer la opinión de los turistas sobre su visita al destino turístico es de gran relevancia para la toma de decisiones. Al empresario le permite ajustar su modelo de negocios y al sector público le permite orientar su política pública. Por ello, en este trabajo se abordan los resultados que se derivaron de una encuesta aplicada a los turistas. Y cuyo objetivo fue presentar la opinión de los turistas que visitaron el Pueblo Mágico de Loreto, en el 2do trimestre del 2014. Ello a partir de la metodología de Centro de Estudios en Turismo (CESTUR) y adaptada de acuerdo al entorno. Lo anterior permite identificar áreas de oportunidad y de mejora.

PALABRAS CLAVE: Turismo, Desarrollo y Visitante

EVALUATION OF VISITORS TO THE MAGICAL TOWN LORETO

ABSTRACT

For Decision-making in a tourist destination, the tourist's opinion becomes relevant. It serves the entrepreneur to adjust the model and re-orientate public policies. The aim of this paper was to conduct a survey of those who visited Loreto (magical town) during 2014 second quarter. A modified CESTUR (Center for Studies of Tourism) methodology was applied to comply with ambiance differences so that we can identify opportunities and possible improvements.

JEL: O11, O14, O44, O50

KEYWORDS: Tourism, Development and Visitor

INTRODUCCIÓN

Las actividades turísticas representan para los países desarrollados y en vías de desarrollo, una oportunidad para atraer recursos económicos y beneficiar a la economía en su conjunto. Es por ello, que el turismo debe ser estudiado con dos finalidades, uno el realizar diagnósticos y evaluaciones del status que tienen determinados destinos turísticos y dos, con la finalidad de sugerir e implementar mejoras al sector (Ibáñez y García, 2009). En esta ocasión, este trabajo se enfoca en Loreto un destino turístico en México que se caracteriza como Pueblo Mágico según la Secretaría de Turismo (SECTUR). Loreto es considerado un punto de desarrollo económico y turístico importante en la región. Su desarrollo turístico fue impulsado en 1974 con la creación de los Centros Integralmente Planeados y a partir del 14 de junio de 2012 fue declarado Pueblo Mágico. Actualmente se encuentra dotado de una importante red de infraestructuras y equipamientos entre las que se encuentran el aeropuerto internacional, una estación telefónica, sub-estación eléctrica, planta de tratamiento de aguas negras y un sistema de vialidades

(SECTUR, 2014). La ubicación y características del municipio de Loreto resultan ideales para el desarrollo turístico, ya que presenta enormes extensiones de playas y zonas en estado natural. Así también, la localidad guarda una de las conformaciones de mayor contraste, por la belleza de sus playas y los imponentes y fantásticos acantilados de roca volcánica que configuran la sierra de La Giganta. Parte de su riqueza natural está conformada por una diversidad de plantas y especies propias de la sierra, el llano semidesértico y la costa (Cruz, 2014). En los años 1970 el gobierno federal percibió un gran potencial turístico en Loreto y, a través de Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y con fondos del Banco Mundial, se inició el proyecto para transformar a Loreto en un megacomplejo turístico; sin embargo no prosperó y se mantuvo como un destino de bajo volumen turístico hasta fechas recientes. El desempeño actual de la actividad económica de Loreto puede analizarse considerando el desempeño de variables vinculadas con las características de las unidades económicas, según rama sector o actividad (Rodríguez, González y Cruz, 2006). El turismo es una de las principales actividades de este municipio.

Esto se debe en gran medida a la presencia de una variedad de atractivos naturales y culturales. Sumado a ello, la fundación de un Centro Integralmente Planeado a finales de los 70's y el decreto de Pueblo Mágico en 2012, han favorecido el desarrollo de dicha actividad. Luego de una baja sostenida de la afluencia turística a raíz de la crisis de 2008, a partir de 2010 este puerto inicia una recuperación paulatina (INEGI, 2009). Cifras de 2011 indican que Loreto recibió 84,139 turistas (INEGI, 2013), los cuales se alojaron en establecimientos de hospedaje; de estos, el 12% se alojó en establecimiento de cinco estrellas, el 39% en cuatro estrellas, 32% en tres estrellas y el 17% en dos estrellas (Cruz, Juárez, Torres y Ruiz, 2012). Se estima que tan solo en el año 2012 se alojaron a 89 mil 863 visitantes, los cuales, en su mayoría correspondían al segmento de turismo nacional. No obstante lo anterior, el nivel de ocupación hotelera y la estadia promedio es baja, máxime si comparamos dichas cifras, con las de otros destinos del estado (SECTUR, 2014).

Datos de la Secretaría de Turismo Estatal de Baja California Sur, indican que la llegada de turistas a establecimientos de hospedaje en Loreto se ha incrementado en 19.05%, durante el período 2010 al 2013. Respecto al origen de los visitantes, el turismo nacional ha disminuido 4.95% en dicho periodo, mientras que el turismo internacional se ha incrementado en 240.80%, alcanzando en el último año los 25,216 turistas extranjeros de los 7,399 existentes en el 2010 (INEGI, 2013). Dichas estadísticas y evolución histórica manifiestan la importancia que tiene el Pueblo Mágico de Loreto, y de la necesidad de implementar mejoras con miras a un desarrollo sustentable. Es por ello, que el objetivo de este trabajo fue presentar la opinión y evaluación de los turistas que visitaron el Pueblo Mágico de Loreto, en el 2do trimestre del 2014. Esto mediante la metodología que marca CESTUR, la cual fue realizada por investigadores de la Universidad Autónoma de Baja California Sur. El trabajo se encuentra estructurado en cuatro secciones, la primera muestra el marco teórico entorno a la actividad turística y el Pueblo Mágico; la segunda se aborda la metodología implementada para obtener la información; la tercer sección incluye parte de los resultados y por último, algunas consideraciones generales.

REVISIÓN DE LITERATURA

Para México el turismo es considerado como una actividad básica en los últimos años y la cual ha buscado fomentar y difundirla a nivel mundial (OMT, 1998). Producto de ello es que México es considerado como uno de los destinos líderes receptores de turistas, tal como lo expresan las estadísticas de la OMT (2010) al registrar más de 20 millones de turistas ingresados por año a partir del siglo XXI. Posterior a ello, en el 2013 según el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), México ha caído al lugar número décimo quinto, registrando 24.2 millones de visitantes internacionales. El primer lugar lo ocupa Francia con 84.7 millones de turistas (SIIMT, 2014).

Este sector contribuye de manera importante al desarrollo económico del país, tan solo ha contribuido con el 8% del Producto Interno Bruto (PIB) y los destinos de sol y playa han recobrado mucha importancia,

como los destinos de Cancún, Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán y Los Cabos entre los más sobresalientes. Para ello, nos centraremos en el Estado de Baja California Sur (BCS), la cual alberga al destino de Los Cabos. Dicho Estado junto con Quintana Roo, son las entidades más jóvenes del país. Además, el Estado de BCS cuenta con dos Pueblos Mágicos, Todos Santos y Loreto, éste último se analizará en este documento. Y en el cual, se realiza la evaluación del turista sobre este destino mediante la implementación de una metodología utilizada a nivel nacional en México (Cruz, 2013).

Parte de esa metodología es retomada por el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) y que tiene como finalidad conocer al turista, analizar su evaluación y hacer las mejoras correspondientes. Dicha dependencia que pertenece a SECTUR, viene evaluando desde el 2001 de manera consistente la competitividad de los destinos turísticos nacionales en niveles de satisfacción de los turistas. Por ello, en este intento de contribuir a conocer la realidad turística en el Estado de Baja California Sur, y orientar al sector empresarial y gubernamental, se decidió emprender este proyecto de evaluación del visitante en el destino turístico de Loreto Pueblo Mágico.

Este tipo de estudios que intentan conocer la opinión de los turistas sobre un destino en particular, permite a los empresarios y gestores públicos, encauzar estrategias para un mejor desarrollo del sector turístico. Tal es el caso de la aportación de Devesa y Palacios (2005), que analizan el caso de España, y perciben que la satisfacción y la fidelidad de los visitantes tienen consecuencias importantes para las políticas turísticas y las empresas del sector. Su experiencia indica que la satisfacción aumenta la repetición de la visita, crean buenas críticas y generan una imagen positiva del destino elegido. Estos seguimientos en la medición de la satisfacción del turista y la toma de decisiones, tienen un impacto económico, socio-cultural y ambiental (Vargas, Porras, Plaza y Riquel, 2008). Incluso, su impacto no es limitativo a un destino en particular, también se puede reflejar en espacios concretos como en un crucero.

Tal como lo comparten Cuellar y Kido (2008), donde identifican que a mayor nivel de satisfacción, mayor impacto del gasto a bordo sobre el gasto en el puerto. De acuerdo con Brida, Zapata y Giraldo (2010), los análisis de la evaluación del visitante han ayudado a comprender mejor la experiencia de viaje de los turistas, entre ellos los pasajeros de cruceros que visitan por algunas horas los puertos marítimos. Además, esta práctica de conocer la opinión de los turistas según Reyes, Marín y Gutiérrez (2006) le permite a los tomadores de decisiones identificar las ventajas competitivas y reorientar la planeación estratégica de los destinos turísticos. Sumado a lo anterior, también se pueden evaluar la calidad en los servicios prestados por los establecimientos de alojamiento, de alimentación y servicios turísticos (Fernández, Campos y Maté, 2001; Martínez, 2001). Estas experiencias han permitido que los destinos turísticos evolucionen y sean competitivos, y los Pueblos Mágicos en México no son la excepción.

El Programa de Pueblos Mágicos, desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales (gobiernos estatales y municipales), contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran (SECTUR, 2013). Los objetivos del Programa Pueblos Mágicos tienen alcances muy amplios, entre otros, resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atienda una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple, pero única cotidianidad de la vida rural.

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, un tipo de “magia” que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. Es claro que sus repercusiones rebasan con mucho la idea de mejorar la imagen urbana y se inscriben en la necesidad de conjuntar esfuerzos

para convertirlos en detonadores de la economía local y regional. El turismo y el flujo de visitantes, produce resultados sorprendentes en comunidades de gran fuerza cultural y entornos urbanos y naturales de gran impacto. Existen en total 83 pueblos mágicos en México. Baja California Sur cuenta con dos de ellos, Todos Santos y Loreto (SECTUR, 2013). Lo importante en este estudio es analizar la evaluación que realizan los visitantes al Pueblo Mágico de Loreto, pues de ella se pueden realizar propuestas de mejora para este destino y el sector en general. Además, que conocer la opinión del turista es una necesidad del sector, por el ambiente competitivo (ITESM, 2012) y por las exigencias de los destinos turísticos de alcanzar un desarrollo sustentable (Hassan, 2000).

METODOLOGIA

Para poder evaluar la calificación del turista se procedió con un enfoque de tipo cuantitativo, donde el marco muestral son los visitantes (Turistas y Excursionistas) mayores de 18 años de edad que hayan tenido contacto con los servicios del destino de Pueblo Mágico de Loreto en BCS (al menos deben haber estado 3 horas en el lugar). A los cuales se les aplica una encuesta en principales puntos de afluencia de manera personal. Utilizando el muestreo probabilístico sistemático. Y considerando variables nominales, ordinales y de intervalo. Ello parte de la metodología similar implementada y sugerida por SECTUR (2013). Las variables que son consideradas en la encuesta son divididas en seis dimensiones de análisis y están compuestas por variables que se muestran en la Tabla 1. Las cuales son parte de 24 reactivos y cuya aplicación de encuesta dura 10 minutos.

Tabla 1: Dimensiones y Variables Utilizadas en la Encuesta a Turistas en el Pueblo Mágico de Loreto, BCS

Dimensión de análisis	Variables	Unidad de Medida
Perfil del turista	Género, edad, procedencia y composición familiar	Alfanuméricas, numéricas
Motivos de viaje	Motivo de la visita, razón principal de descanso y actividades que realizó	Alfanuméricas
Recursos de viaje	Hospedaje, transporte, contratación de transporte, hospedaje y actividades	Alfanuméricas
Evaluación de atributos de satisfacción	Alimentación, hospedaje, atención turística, áreas públicas, relación precio-servicio, diversidad de actividades y limpieza	Alfanuméricas
Indicadores de competitividad	Satisfacción general, Recomendación del destino, percepción del destino y seguridad.	Alfanuméricas
Análisis de estadía y gasto	Estadía, como se enteró del destino, gasto por persona y procedencia.	Numéricas y alfanuméricas

En esta Tabla se muestran las dimensiones y variables utilizadas en la encuesta que se aplicó a los turistas en Loreto, así como el tipo de medición empleada para las variables. Las dimensiones de análisis incluyen perfil del turista, motivos de viaje, recursos de viaje, evaluación de atributos de satisfacción, indicadores de competitividad y análisis de estadía y gasto. Fuente: Elaboración propia.

La encuesta a turistas fue aplicada en los meses de abril, mayo y junio del 2014. Los puntos de afluencia para realizar el levantamiento de campo son zona de malecón, marina, centro y/o en zonas de afluencia. El tamaño de población fue de 90,000 turistas, y el tamaño de muestra utilizado fue de 300, con un margen de error +/- 5.6% por destino turístico al trimestre. Se realizaron 100 entrevistas efectivas en promedio por mes, con una distribución de 25 entrevistas aproximadas por semana levantadas en un mínimo de 3 días a la semana (en promedio se realizarán de 8 a 9 entrevistas por día). Los datos demográficos de la muestra analizada se ilustran en la Tabla 2, y especifica que los turistas encuestados en el destino de Loreto, la proporción entre hombres y mujeres es semejante. La edad que más prevaleció fue entre 26 a 33 años, donde el destino con mayor procedencia de turistas es de México con 56.6% y Estados Unidos 40.5%. La mayor parte de los turistas viaja con la familia (47.2%) y le sigue la clasificación con amigos con 21.4%, entre los más importantes.

Tabla 2: Datos Demográficos de la Muestra de Turistas Que Fueron Analizados en el Periodo de Abril a Junio del 2014 en el Pueblo Mágico de Loreto, BCS

Variable	Valor Promedio
Genero	Mujeres 41% y Hombres 59%
Edad	18 – 25 años: 14.71%
	26-33 años: 20.59%
	34-41 años: 11.76%
	42-48 años: 10.29%
	49-55 años: 16.18%
	56-63 años: 10.29%
Procedencia	64 y más: 16.18%
	México 56.60%
	Estados Unidos 40.50%
Composición familiar: Viaja con	Canadá 2.90%
	Cónyuge 15.70%
	Familia 47.20%
	Amigos 21.40%
	Personal de trabajo 5.70%
	Viaja solo 10.0%

La Tabla muestra los principales indicadores demográficos de los turistas que fueron encuestados en el destino de Loreto y que indica una proporción semejante de hombres y mujeres analizadas. La edad que más prevaleció que fue entre 26 a 33 años, donde el destino con mayor procedencia de turistas es del mismo país de México con 56.6% y Estados Unidos 40.5%. La mayor parte de los turistas viaja con la familia (47.2%) y le sigue la clasificación con amigos con 21.4%, entre los más importantes. Fuente: Elaboración propia.

Una vez realizada la encuesta a turistas nacionales y extranjeros, se procede a codificar y establecer reacciones entre variables, ello con miras a conocer el grado de satisfacción de los turistas que visitaron Loreto. Para ello, se aplicará una fórmula para calcular el índice establecido por la Secretaría de Turismo Federal para el desarrollo del estudio. El índice de satisfacción se elabora con las respuestas a cada uno de los reactivos de satisfacción que pueden ser: excelente, bueno, malo y pésimo. La fórmula del Índice de Satisfacción (α), considera una escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) y se expresa:

$$\alpha = [5 + \{0.05 \times (\beta - \delta)\} + \{0.025 \times (\theta - \pi)\}] \times 10 \tag{1}$$

La formula anterior expone que el α especifica el nivel de satisfacción del visitante, β significa excelente, δ significa pésimo, θ significa bueno y π significa malo. Por lo anterior, el objetivo de este trabajo fue presentar la opinión y evaluación de los turistas que visitaron el Pueblo Mágico de Loreto, en el 2do trimestre del 2014. Esto mediante la metodología que marca CESTUR y a continuación presentamos los resultados.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la evaluación del turista en Loreto Pueblo Mágico, son los siguientes y en los que podemos comentar lo siguiente. En principio las encuestas arrojaron que el 56.5% de los turistas fueron de procedencia mexicana, un 40.6% norteamericanos y un 2.9% de procedencia canadiense (Tabla 3). Además, la composición familiar indico que la mayoría de los encuestados fue acompañado por la familia con un 47.1%, un 21.4% se hizo acompañar por amigos, un 15.7% de su cónyuge, viaja solo un 10% y con personas de trabajo un 5.7% (Tabla 4).

Tabla 3: Procedencia de los Turistas en el Pueblo Mágico de Loreto, 2014

Procedencia	Porcentaje
USA	40.6%
México	56.5%
Canadá	2.9%

La Tabla muestra la composición de turistas que visitaron el destino de Pueblo Mágico de Loreto, donde en su mayoría fueron procedentes de México con 56.5%, le sigue en segundo lugar los turistas procedentes de Estados Unidos con 40.6% y en tercer lugar los procedentes de Canadá con 2.9%. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Composición Familiar del Turista en el Pueblo Mágico de Loreto, 2014

Composición familiar	Porcentaje
Cónyuge	15.7%
Familia	47.1%
Amigos	21.4%
Personas de trabajo	5.7%
Viaja solo	10.0%

La Tabla muestra la forma de viajar de los turistas, donde la mayoría se hace acompañar de la familia con 47.1%, en segundo lugar de los amigos con 21.4%, en tercer lugar se encuentra turistas que viajan con su cónyuge un 15.7%, el cuarto es viajan solos con 10.0% y 5.7% viajan con personas de trabajo. Fuente: Elaboración propia, 2014.

También podemos apreciar en la Tabla 5, que el motivo principal por el cual acuden los turistas al Pueblo Mágico de Loreto es por descanso con 65.2%, le sigue en orden de importancia visita a familiares con 20.3%, negocios 5.8%, tratamiento de salud 2.9%, eventos culturales 2.9% y eventos sociales 2.9%. Por otro lado, el tipo de alojamiento temporal utilizado por los turistas es el hotel con 65.2%, le sigue casa de huéspedes con 11.6%, tráiler park 4.3%, entre los más significativos. Por su parte el principal medio de transporte es el auto propio con 44.3%, avión 38.6%, autobús 8.6%, auto rentado 4.3% y casa rodante 4.3%. En cuanto a la calificación del destino por sus atributos del destino, encontramos que hay clientes satisfechos (Calificación entre 8.0 y 8.9) en los rubros de hospitalidad, servicios ofrecidos por restaurantes, experiencia en general en establecimientos de alojamiento y limpieza de calles y áreas públicas.

Tabla 5: Motivo Principal del Turista en Loreto, 2014

Motivo principal de visita	Porcentaje
Descanso	65.2%
Visita a familiares	20.3%
Negocios	5.8%
Tratamiento de salud	2.9%
Evento cultural	2.9%
Evento social	2.9%

La tabla muestra el motivo principal de visita de los turistas al Pueblo Mágico de Loreto. Donde la mayoría acude por descanso con 65%, le sigue visita a familiares un 20%, visita de negocios 5% y en menor medida eventos culturales y sociales. Fuente: Elaboración propia.

En los rubros donde los turistas califican como poco satisfechos (Calificación entre 7.0 a 7.9) son en la relación calidad precio, el servicio ofrecido por personal de hotel y diversidad de actividades recreativas. En general todos los atributos calificaron al destino como satisfechos. Y ello se manifiesta en la satisfacción general el 58% lo califica como excelente, 41% como buena y 1.0% regular. El índice de satisfacción del turista según la metodología aplicada fue de 8.0, clasificada como turistas satisfechos. En cuanto si los turistas recomendarían visitar el destino a otras personas, el 86% dijo que definitivamente si lo recomendarían, un 13% probablemente si y un 1.0% quizás si, quizás no lo harían. En cuanto a la percepción de viajes antes de visitar el destino de Loreto y posterior a ello, los resultados fueron los siguientes. Antes de viajar a Loreto un 78% tenía una percepción positiva del destino, un 21% era indistinta y un 1.0% era negativa. Posterior a la visita del turista, la percepción mejora, pues un 97% de los turistas tuvo una percepción positiva y un 3% indistinta.

Otros datos relevantes fueron que la mayoría de los turistas (71.2%) se enteran del destino de Loreto por medio de referencias de amigos y un 9.1% por medio del internet, entre los datos más significativos. Lo cual manifiesta la importancia de la publicidad de boca en boca en el mundo de los negocios. Otro dato importante es la estadía promedio en Loreto, que es de 2.0 noches y que la mayoría de los encuestados, su visita forma parte de un grupo con 76%, y un 24% su viaje es individual. Una ventaja competitiva de este destino, es en relación a la seguridad, pues un 97% de los encuestados indicó que no experimentó ningún síntoma de inseguridad en este destino, solo un 3% especificó que sí experimentó inseguridad. Cuando se les cuestionó a los turistas el porqué se sintieron inseguros, manifestaron que era debido a factores como el estado físico de las calles, y el desperdicio del agua que podía causar accidentes.

CONCLUSIONES

En este sentido, podemos concluir que el Pueblo Mágico de Loreto tiene una excelente oportunidad para mejorar, pues tiene importantes recursos naturales que lo hacen único y atractivo para los visitantes. Los retos que tienen este destino son su ordenamiento en áreas públicas, una diversidad de atractivos y servicios que pueden ofrecer al turista, mejorar en la calidad de los servicios, propiciar mayores niveles de productividad y competitividad del destino, lo cual ayudaría a tener una mejor posición a nivel nacional e internacional. Este artículo tenía como objetivo presentar la opinión y evaluación de los turistas que visitaron el Pueblo Mágico de Loreto, en el 2do trimestre del 2014, mediante la metodología de CESTUR y en la cual encontramos ventajas y retos por resolver. Los resultados sugirieron una relación de ventajas competitivas de Loreto, entre ellas la seguridad pública, el paisaje marino, la fauna marina y gastronomía. Sin embargo, tiene retos por resolver, como la conectividad aérea, la difusión de diversas actividades, la diversificación de servicios turísticos, y la promoción de certificaciones en los establecimientos de negocios. Así mismo, la calificación que recibió el Pueblo Mágico de Loreto por parte de los turistas, fue de 8.0 y que se clasifica en el rango de turistas satisfechos.

Dichos resultados se obtuvieron con la metodología de CESTUR, la cual por medio de encuestas a turistas se detectan las áreas de oportunidad del destino turístico. En este sentido, parte importante de los resultados fue que un 86% de los turistas definitivamente sí recomendarían visitar a Loreto, además que un 97% de ellos tuvieron una percepción positiva del destino turístico. Este tipo de estudios permiten identificar ventajas competitivas de los destinos turísticos y áreas de oportunidad. Es por ello, que la contribución de esta investigación se ubica en conocer la opinión de los turistas sobre el destino y sus servicios anexos, ejercicio que pocas veces se realiza a nivel global. Sin embargo, entre las limitantes que se identificaron en este artículo son: la limitante de evaluar solo un periodo (2do trimestre del 2014) y no se realizaron comparativos. También, no se compara con otros destinos turísticos con características semejantes. Por ello, algunas recomendaciones a futuro para los interesados, es realizar evaluaciones periódicas del destino y compararlas otras localidades turísticas.

BIBLIOGRAFIA

Brida, J.B.; Zapata, S.; Giraldo Velásquez, C., (2010) “Análisis del perfil y satisfacción de los pasajeros de cruceros que visitan el Puerto de Cartagena de Indias”, *TURyDES*, vol. 3 (8).

Cruz Chávez, P. (2014). Diagnóstico de Competitividad Turística del Destino de Pueblo Mágico de Loreto. Reporte Técnico, UABCS-SECTUR.

Cruz Chávez, P. (2013). Diseño y prueba de un modelo de productividad para el desarrollo turístico: Caso La Paz. Tesis Doctoral, UPAEP, Puebla, Pue.

Cruz Chávez, P.; Juárez Mancilla, J., Torres, A.; Ruiz Ceseña, I. (2012). Desarrollo económico en el Municipio de Los Cabos, Cuadernos Universitarios.

Cuellar-Río, M. y Kido-Cruz, M. (2008) “Perfil y análisis del gasto del crucerista: El caso de Bahías de Huatulco”, *Cuadernos de turismo* (22), p.47-78.

Devesa Fernández, M. y Palacios Picos, A. (2005) “Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita”, *Tribuna de economía*, (821), p. 241-255.

Fernández García, M.; Campos Soria, J. y Maté Jiménez, C. (2001) “La medición de la satisfacción del cliente de hotel: estado del arte y nuevas perspectivas sobre su medición”, *Revista Estudios Turísticos*, p. 23-55.

Hassan, S., (2000) “Determinants of Market Competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry”, *Journal of Travel Research*, vol. 38(3), p.239-245.

Ibáñez, R. y García, R., (2009) “Análisis de la competitividad turística en México y el mundo”, *Revista: TuryDes*, vol. 2 (6) Noviembre.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI),(2009). Anuario Estadístico de Baja California Sur, México.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2013). Anuario Estadístico de Baja California Sur. INEGI, México.

ITESM, (2012). Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (ICTEM), Retraído 5 de Marzo 2013, de Tecnológico de Monterrey Web site: <http://ictem2012.com/>

Martínez, C. (2001) “Medición de la calidad del servicio: Una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico”, *Estudios de economía aplicada*, (18), p. 83-104.

Organización Mundial del Turismo (OMT), (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. A tourism and environment publication. Organización Mundial del Turismo, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (OMT), (2010). Datos de la OMT, Retraído 10 de Octubre 2014, SECTUR, Web site: <http://www2.unwto.org/es>

Reyes,G.; Marín, F. y Gutiérrez, C. (2006) “Satisfacción del cliente de las posadas turísticas en la Península de Paraguaná, estado Falcón Venezuela”, *Multiciencias*, vol. 6 (3), p.278-283.

Rodríguez Villalobos, I., González Sousa, R., Cruz Chávez, G., (2006), Procesos territoriales en Baja California Sur: Integración funcional y desigualdades regionales. Cuadernos Universitarios, UABCS, México.

Secretaría de Turismo Estatal de B.C.S. (SECTURE) (2014). Datos estadísticos generados desde la Secretaría de Planeación.

Secretaria de Turismo (SECTUR), (2013) Datos Estadísticos de Turismo a Nivel Nacional. DATATUR. Retraído 5 de Octubre 2013, SECTUR, Web site: <http://www.sectur.gob.mx/swb>

Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), (2014), Noticias del sector turístico. Retraído 8 de Octubre 2014, SIIMT Web site: <http://www.siimt.com>

Vargas Sánchez, A.; Porras Bueno, N.; Plaza Mejía, M. y Riquel Ligerero, F. (2008) “Turismo enológico: comportamiento del turista y percepción de la población residente”, *Papers de turismo*, (6), pp. 97-111.

RECONOCIMIENTOS

Los autores agradecen los comentarios de los árbitros y editores del IBFR. Los cuales contribuyeron a mejorar la calidad esta investigación.

BIOGRAFIA

Placido R. Cruz Chávez, es profesor – investigador del Departamento Académico de Economía; destacándose en desarrollo de proyectos, cuenta con investigaciones enfocadas a la administración financiera, la competitividad sectorial y el desarrollo de negocios. Es SNI nivel I de CONACYT y tiene perfil PROMEP. Se puede contactar en la UABCS, Carretera al Sur Km 5.5, La Paz, BCS. Correo pcruz@uabcs.mx

Judith Juárez Mancilla es profesora – investigadora del Departamento Académico de Economía; Sus áreas son de economía, microeconomía, macroeconomía y desarrollo sustentable. Es SNI nivel I de CONACYT y tiene perfil PROMEP. Se puede contactar en la UABCS, Carretera al Sur Km 5.5, La Paz, BCS. Correo juarez@uabcs.mx

Gustavo R. Cruz Chávez, es profesor – investigador del Departamento Académico de Economía; con estudios en desarrollo económico, cuenta con investigaciones enfocadas a la economía, la competitividad sectorial y turismo. Tiene perfil PROMEP. Se puede contactar en la UABCS, Carretera al Sur Km 5.5, La Paz, BCS. Correo gcruz@uabcs.mx

José I. Urciaga García es profesor – investigador del Departamento Académico de Economía; Sus áreas son en economía, macroeconomía, economía regional y desarrollo sustentable. Es SNI nivel II de CONACYT y tiene perfil PROMEP. Se puede contactar en la UABCS, Carretera al Sur Km 5.5, La Paz, BCS. Correo urciaga@uabcs.mx

