

MODELO CONCEPTUAL DE DESTINO INTELIGENTE: CASO DE LA RUTA TURÍSTICA DON VASCO, MICHOACÁN [MÉXICO]

Conceptual Model of a Smart Destination: Case of Don Vasco Tourist Route, Michoacán [Mexico]

GEORGINA JATZIRE ARÉVALO-PACHECO¹ & ILIANA RODRÍGUEZ-SANTIBÁÑEZ²

RESUMEN

El objetivo es proponer un modelo conceptual de ruta turística inteligente, tomando de base el estado del arte de los modelos de turismo en especial el turismo inteligente que actualmente se presenta en múltiples destinos y un diagnóstico FODA en la ruta turística Don Vasco, Michoacán, México. El método utilizado es cualitativo e interpretativo de tipo documental para el estado del arte, y un diagnóstico FODA aplicado al caso de la ruta turística. Entre los resultados expuestos se identifican a los modelos sistémicos como los expresados por Ritchie y Crouch, Molina, Ascanio, Leiper, Santana, Boullon, Hall y Beni, que responden a sistemas complejos y dinámicos, pero el modelo de turismo inteligente comprende el uso intensivo de la tecnología, abriendo nuevos nichos de mercado en áreas rurales y urbanas. Así se puede concluir que la propuesta de modelo conceptual de ruta turística inteligente implica interrelaciones múltiples en los actores del territorio y una gobernanza activa. Aunque existen limitaciones como la inseguridad y la heterogeneidad en el manejo de la tecnología entre los implicados en el turismo.

PALABRAS-CLAVE

Turismo; Turismo Sustentable; Destino Inteligente; Ruta Turística Don Vasco; Michoacán, México.

ABSTRACT

The objective is to propose a conceptual model of a smart tourist route, based on the state of the art of tourism models, especially smart tourism that is currently present in multiple destinations and a SWOT diagnosis in the Don Vasco tourist route, Michoacán, Mexico. The method used is qualitative and interpretative of documentary type for the state of the art, and a SWOT diagnosis applied to the case of the tourist route. Among the results presented, systemic models such as those expressed by Ritchie and Crouch, Sergio Molina, Ascanio, Leiper, Santana, Boullon, Hall and Beni are identified, which respond to complex and dynamic systems, but the intelligent tourism model includes the use technology-intensive, opening new market niches in rural and urban areas. Thus, it can be concluded that the proposal for a conceptual model of an intelligent tourist route implies multiple interrelationships in the actors of the territory and

¹ **Georgina Jatzire Arévalo-Pacheco** – Doutora. Professora na Universidad Nacional Autonoma de México, Ciudad de México, México. Currículo: <https://www.amiturismo.org/socios/georginaarevalo/> Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5596-3603> E-mail: arevalogeorgina80@gmail.com

² **Iliana Rodríguez-Santibáñez** – Doutora. Professora no Tecnológico de Monterrey, México. Currículo: <https://www.researchgate.net/profile/Iliana-Rodriguez-Santibanez> E-mail: ilrodrig@tec.mx

active governance. Although there are limitations such as insecurity and heterogeneity in the management of technology among those involved in tourism.

KEYWORDS

Tourism; Sustainable Tourism; Smart Destination; Don Vasco Tourist Route; Michoacán, Mexico.

INTRODUCCIÓN

Se denomina Turismo a todas las actividades que realizan las personas durante los viajes por un periodo de tiempo menor a un año con fines de: ocio, por negocios, salud, educación y otros (Zalvide, 2017). Así se han desarrollado múltiples destinos turísticos para captar visitantes, este hecho implica la existencia de múltiples relaciones, vínculos y contactos entre los diversos actores que producen parte de la experiencia turística; para esto es necesario elevados grados de coordinación y colaboración para crear un producto turístico integrado. Por lo tanto, la actividad turística tiene la versatilidad de ser analizada por múltiples ciencias para explicar su incidencia en la realidad.

En esa necesidad de buscar respuesta al fenómeno del estudio turístico se ha presentado múltiples modelos, respondiendo al turismo tradicional, alternativo o inteligente. En el presente caso se enfoca en los destinos turísticos inteligentes, considerando la constante evolución, por medio del uso de herramientas tecnológicas que implementan *apps* donde se puede realizar compra de servicios turísticos, o también por medio de visitas a museos alrededor del mundo gracias a las plataformas virtuales que incentivan al turismo o incluso se puede compartir experiencias turísticas en tiempo real. Así en este momento, el turismo se encuentra en una constante innovación que denota mayor cantidad de turistas y empresas interesadas en mejorar la actividad turística bajo lineamientos racionales de uso de recursos ambientales, económicos, sociales, institucionales y culturales.

Así se aborda el análisis de modelos turísticos y en especial la propuesta de un modelo conceptual de destino inteligente, contemplando la versatilidad en la adopción de acciones encaminadas a generar productos y servicios turísticos a nivel internacional, que ha incentivado un turismo inteligente que implementa la tecnología con usuarios que pueden descartar o elegir un destino con información actualizada, llevando al consumidor a contar con una inteligencia que conlleva responsabilidad en sus decisiones. Seguido de un análisis FODA que permite realizar un diagnóstico identificando las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de la ruta turística Don Vasco en Michoacán, México en relación con un destino inteligente.

El presente documento se divide en los siguientes apartados: (1) que es un modelo; (2) método; (3) modelos de destinos turísticos; (4) modelos sistémicos de turismo; (5) destino turístico inteligente; (6) modelos de destino turístico inteligente; (7) área de estudio; (8) diagnóstico FODA de la ruta turística Don Vasco hacia un destino inteligente; (9) modelo conceptual de ruta turística inteligente Don Vasco; (10) estrategias para el fortalecimiento de la ruta Don Vasco; y (11) conclusiones.

¿QUÉ ES UN MODELO?

Un modelo en las ciencias expresa la realidad, y se define como representación simplificada de la realidad; o un modelo puede ser constituido por un diagrama, un gráfico o una ecuación. Así los modelos son una conexión entre realidad y teoría buscando por medio de estructuras racionales la previsión (Palmas *et al.*, 2014). Por lo tanto, los modelos son un instrumento de conocimiento de un fenómeno, que permite su análisis presente y futuro; permitiendo la elaboración de proyectos, programas o medidas de intervención en el fenómeno analizado por el modelo de corte ambiental, social, económico, cultural o tecnológico (Oliveira, 2007).

Los modelos cuentan con la capacidad de sintetizar fenómenos complejos, por lo tanto, un modelo es una abstracción de la realidad que debe: *contener elementos y relaciones en una escala simple, que sea adecuada para el análisis sistemático de los problemas involucrados y suficientemente fructífera, a fin de que tenga relevancia para comprender las circunstancias complejas del fenómeno o situación* (Oliveira, 2007). Los modelos en las ciencias sociales resultan ser altamente complejos por la cantidad de variables o elementos presentes que interactúan de forma dinámica. Beni (2000) señala la *exactitud de los modelos depende de la estabilidad del comportamiento de los individuos, y, por lo tanto, de un comportamiento inexplicable*. Algunas características que Beni identifica en un modelo turístico son los siguientes: tener una estructura viable y definida, precisa el objeto modelado, ser operacionalmente viable, deben contar con una base teoría que señale alcances y limitaciones. Así los modelos resultan un instrumento de explicación empírico-teórico de alto alcance en los fenómenos sociales. Beni contempla al modelo como una explicación sintetizada de la realidad turística con múltiples variables que inciden en el sistema turístico.

MÉTODO

La investigación se realizó en un primer momento con un diseño cualitativo de tipo documental, usando los siguientes pasos: (1) indagar el material científico de los modelos turísticos, (2) identificar y seleccionar los modelos turísticos existente, (3) clasificar y sistematizar los modelos generales de los modelos sistemáticos y finalmente el modelo conceptual inteligente, (4) analizar la información de manera científica con los autores centrales y dejar las bases del estado del arte de los modelos turísticos. En un segundo momento se realiza un diagnóstico por medio del análisis FODA, que implica encontrar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de la ruta turística Don Vasco en Michoacán, México en relación con un destino inteligente. Los pasos para realizar en diagnóstico fueron: (1) Se analizó la documentación existente acerca de la ruta turística Don Vasco; (2) Se realizaron encuestas en la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán; (3) Se procesos y analizo la información recabada; (4) Se expone la matriz FODA de la ruta turística Don Vasco.

MODELOS DE DESTINOS TURÍSTICOS

Desde la perspectiva teórica se distinguen tres líneas de análisis de la actividad turística Beni (2000): la primera línea se coloca en la perspectiva de producción y todo el entorno que conlleva de forma sistémica. La segunda línea se refiere a la distribución de los servicios y los bienes turísticos del productor al consumidor. La tercera línea consiste en identificar y establecer condiciones del viaje y sus componentes, es decir, desde la generación del producto turístico hasta el consumidor final. Así a lo largo de los años los estudiosos del turismo han identificado la evolución académica del turismo para saber si el turismo es una ciencia, y en qué estado de desarrollo se encuentra y si podría ser estudiado en etapas científicas. Como dice Beni (2000. P.5):

[...] la verdad es que muchos teóricos desde Krapf y Hunziker y todos los pensadores de la Escuela berlínquense, pasando por Fuster de la escuela funcionalista, así como autores de actualidad como Jafari, Ritchie, Krippendorf, Keller, Swarbrooke, Figuerola, Cárdenas, Wahab, Gutiérrez, Bordas, Defert, Acerenza, Baretje, por Escuela de Frankfurt, que hacen crítica teórica de los marxistas del turismo circunscrito al consumo, hasta los estructuralistas como Sessa, Beni, Pierre Lané, Molina, Boullón, fenomenologistas como Ceteno, y estudiosos de hoy como Mafesoli, vienen analizando y proponiendo bases de categorización del turismo, contribuyendo todos ellos para el establecimiento de sus fundamentos científicos.

Por lo tanto, los estudios de turismo con bases académicas comprenden una evolución constante para explicar la relación teórica practica de la actividad turística. A continuación, en

la tabla uno se expresan modelos turísticos con sus respectivos autores para dimensionar los temas centrales que maneja cada modelo.

Tabla 1. Modelos de turismo

Autor	Modelos de turismo
Modelo del sistema internacional integrado de la competitividad	Se orienta al análisis de los cluster turísticos.
Modelo de Pearce	Analiza los diferentes destinos posibles y su orientación.
Modelo de Palhares	Se enfoca en la interrelación entre origen y destino.
Modelo de Leiper	Identifica al turismo como una industria con sus respectivas características geográficas.

Fuente: elaboración propia a partir de revisión de literatura (Oliveira, 2007; Osorio, 2000; Hall, 2001 y Beni, 2000).

Así los múltiples modelos de turismo identifican las estrategias de desarrollo del turismo para crear valor. Por lo tanto, está implícita la cadena que lleva a la creación de valor debe incluir a todos los participantes de los destinos turísticos, desde las actividades turísticas locales, hasta la demanda y la comunidad de acogida, su identidad y sus recursos naturales y culturales, para convertirse en la cadena de creación de valor del destino (Mazaro & Varzin, 2008). Con impactos multidimensionales para una determinada localidad se modelan en el concepto de destino turístico articulado por Valls (1998, p. 34):

Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

Modelos Sistémicos de Turismo - Dentro del estudio de los modelos turísticos existen modelos sistémicos de turismo que comprenden una articulación con su entorno, actores y vínculos internos como externos en el análisis. La base de dichos modelos es la teoría de sistemas (Von Bertalanffy, 1976) que han empleado autores como Boullón (1991), Molina (1991), Gunn (1996), Beni (2000) y Hall (2001 en De Oliveira, 2007). Estos autores centran su análisis en las variables del sistema turístico y su interrelación en el sistema con su respectiva dinámica y comportamiento (Vásquez *et al.*, 2013). Sin embargo, todos tienen un déficit común, ninguno de los modelos estudia en profundidad las características de las relaciones que se establecen entre los componentes del mismo (Merinero & Pulido, 2009). A continuación, la tabla dos expresas los modelos sistémicos del turismo:

Tabla 2. Modelos de turismo con enfoque sistémico

Modelo/ Autor	Modelos de turismo sistémico
Santana	El modelo se subdivide en: 1) la diversificación de servicios turísticos, 2) la estructura empresarial, consumidores y población en el nivel de carga del ambiente, y 3) la retroalimentación del sistema.
Inskeep	Este modelo implica tres niveles: 1) el ambiente natural, cultural y socioeconómico, 2) la industria turística, y 3) el consumo del producto turístico por visitantes o residentes.
Boullon	Lo integran tres elementos: 1) relaciones ambientales, 2) organización estructural, y 3) relaciones operacionales.
Hall	Presenta interrelaciones entre oferta y demanda que retroalimentan al sistema turístico.
Beni	El modelo es llamado Sistema de Turismo (SISTUR) se entiende como un sistema vivo, que se autoorganiza y realiza su autoproducción, al mismo tiempo en que realiza la auto-eco-organización y su auto-eco-producción.
Molina	Los elementos que componen el sistema: la superestructura, la demanda, los atractivos, la infraestructura, equipamientos e instalaciones en la comunidad receptora.
Gunn	Identifica a la demanda y la oferta como las dos fuerzas principales en la conducción del sistema.
Ascanio	Esté modelo del sistema turístico se articula por dos ambientes internos: 1) el físico-empresarial y 2) el comunal o humano. Fuera del sistema, en el ámbito externo, se encuentra: lo político, económico, psicosocial, tecnológico y sociocultural.
Ritchie y Crouch	Analiza el contexto competitivo con los elementos socioculturales, económicos, antropológicos, tecnológicos, comportamentales y ambientales.

Fuente: elaboración propia a partir de revisión de literatura (Oliveira, 2007; Osorio, 2000; Hall, 2001; Beni, 2000).

El sistema turístico requiere identificar los elementos y las variables que lo componen [demanda, oferta, producto, infraestructura, superestructura, marketing, atractivos turísticos, motivaciones, transporte, financiamiento, entre otros], al mismo tiempo de analizar la forma en la que se establecen las relaciones económicas, geográficas, políticas, culturales, etc., por tanto, su análisis implica un análisis total o desagregado, aunque desde la teoría del sistema las partes implican un todo. Es importante señalar que el sistema turístico es un sistema sociocultural (Vásquez *et al.*, 2013).

Por lo tanto, la mayor parte de la literatura turística coincide en que éste es un fenómeno sistémico. El turismo puede entenderse mejor si se analiza como un sistema que favorece la interacción entre los visitantes en el territorio y un intercambio entre las diferentes partes que lo componen (Murphy, 1983), sigue una lógica de procedimientos definida por las interconexiones e interacciones que existen entre sus subsistemas. Consecuentemente, el turismo se estudia como un sistema abierto que realiza intercambios con el medio que lo

circunda, y del que es interdependiente por el proceso de relaciones dialécticas de conflicto y colaboración que mantiene con él (Beni, 2000).

Por su parte, los destinos turísticos requieren una planeación turística, el cual es un proceso integral que implica la identificación, desarrollo y gestión para promover su sostenibilidad, crecimiento y éxito a largo plazo. Los pasos para desarrollar una planeación tomando en consideración a al autor Cesar (2014), son: un análisis del destino actual, identificar los objetivos o metas, desarrollar estrategias sistémicas, planeación de la infraestructuras y servicios, sostenibilidad y gestión ambiental, participación activa del sistema turístico. Lo anterior siempre debe ir acompañado de un monitoreo y evaluación (Fortes & Mantovaneli, 2009).

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

La definición de destino turístico inteligente es un:

[...] espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (Diéguez *et al.*, 2011, p. 101)

Mientras que la competitividad de un destino turístico se entiende como “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 con relación a sus competidores a través del tiempo” (Diéguez *et al.*, 2011, p. 102). Para que un destino turístico sea sostenible debe conseguir un equilibrio en cuanto a equidad social, eficiencia económica y conservación ambiental. Se expone que

[...] para que un destino turístico sea competitivo debe generar a largo plazo beneficios superiores a la media de la competencia en tres ámbitos: beneficios económicos (para los negocios de la zona de modo que atraiga a los mejores inversores, empresarios, trabajadores, proveedores, expertos, etc.), beneficios sociales (en términos de calidad de vida, puestos de trabajo de calidad, innovación, etc.) y beneficios medioambientales (de manera que el uso turístico financie íntegramente la tasa de regeneración y no haya que recurrir a excepcionalidades). (Diéguez *et al.*, 2011, p.103)

Los destinos turísticos inteligentes resultan de interés para la gestión turística local [distritos turísticos, clústeres turísticos, redes, sistemas y constructos sociales] y su vínculo entre los agentes locales y los procesos de innovación que encajan en el enfoque de destinos inteligentes, junto al uso de las TIC en la gestión de los destinos o en el uso de las tecnologías para la colaboración entre agentes que constituye un factor básico del destino (Ivars *et al.*, 2015).

El concepto de destino turístico inteligente adopta un enfoque holístico, a largo plazo y sostenible para planificar, desarrollar, operar y comercializar productos y negocios turísticos (Celdrán-Bernabeu *et al.*, 2018). Tomando en cuenta los valores sociales, culturales y ambientales de un entorno territorial con vocación turística promoviendo un desarrollo turístico sustentable. En este enfoque, el concepto de bien común denota cualquier elemento, material o inmaterial, de interés y valor compartido por una comunidad (Ostrom, 2011) entre las características que debe tener en cuenta el destino es tener calidad ambiental, crear nuevas vías de competitividad en el escenario turístico actual, diferenciar las experiencias turísticas que ofrece el destinos, reforzar y comunicar los atractivos del territorio, y aprovechar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la producción y el consumo turístico.

Modelos de Destino Turístico Inteligente - Existe un modelo teórico de destino turístico inteligente con cinco ámbitos interrelacionados [gobernanza, sostenibilidad, conectividad y sensorización, sistema de información e innovación], de cuya integración puede surgir un enfoque de gestión turística diferenciado. Los ámbitos de los destinos turísticos implican:

1. La competitividad: la cual implica que las empresas deben aceptar el reto de ser innovadoras en el diseño, la gestión y el impulso en los destinos.
2. La innovación: hacia una innovación abierta, basado en la participación de empresas, administraciones y centros de investigación [triple hélice] (Ivars *et al.*, 2015).
3. La sostenibilidad: que implica el desarrollo urbano y turístico (Fernández *et al.*, 2017).
4. La movilidad en transporte y TIC: en este sentido el sector público debe garantizar una adecuada infraestructura.
5. La gobernanza: impulsará a los *stakeholders* [partes interesadas] a cooperar y compartir información de forma intensiva.

El concepto teórico de destinos turísticos inteligentes implica promover un desarrollo eficiente y sustentable, para aumentar la calidad de vida de los residentes y la experiencia de los turistas (Brandão-Cavalheiro *et al.*, 2019). Los autores parten de la pregunta ¿Cómo convertir un destino turístico en un destino turístico inteligente? Para lo cual, elaboraron un modelo holístico para planificar el destino inteligente, la competitividad del destino y la creación de valor público dentro del destino, contemplando lo siguientes valores:

Tabla 3. Valores de un destino turístico inteligente

Económico	Social y cultural	Político	Ecológico
Agregar valor al ámbito público a través de la generación de actividad y empleo.	Agregar valor al contribuir al capital, cohesión social, relaciones sociales, identidad cultural y bienestar comunitario.	Agregar valor por medio de la democracia y participación pública activa del ciudadano.	Agregar valor por medio de la sostenibilidad.

Fuente: recopilado en base a Brandão-Cavalheiro (*et al.*, 2019).

El desarrollo de estos destinos da lugar a soluciones inteligentes en la gestión turística local como son la administración, gobierno electrónico, comunicación, comercialización turística, calidad del destino, accesibilidad, desarrollo de productos y nuevas experiencias turísticas. Así la inteligencia de los destinos dependerá de la administración pública, sector privado y actores. Donde las empresas impulsarán esta inteligencia siempre que opere en entornos que favorezcan la innovación, la transferencia de conocimiento y la cooperación (Herrera, 2017).

Desde luego, sin la predisposición a cooperar y compartir conocimiento por parte de las empresas e instituciones, el destino turístico inteligente no va a funcionar. En este sentido, debe producirse una modificación de actitudes y comportamientos por parte de los agentes que conforman el destino. El destino turístico inteligente no es un fin en sí mismo, sino que constituye, más bien, un marco de trabajo para adaptar la gestión turística. No obstante, este enfoque plantea problemas de aplicación. No todos los destinos tienen capacidad suficiente desde el punto de vista económico, técnico y del propio capital social. En consecuencia, se impone la necesidad de promover un enfoque flexible y adaptable a cada destino.

De este modo, en un ámbito urbano, sería lógico que la gestión turística se integrase en el proceso global de desarrollo de la ciudad inteligente, mientras que, en un destino turístico consolidado de cierto rango urbano, se podría plantear una estrategia de destino inteligente, y un espacio con menor concentración demográfica y turística, como un entorno rural, debería orientarse a planteamientos propios de territorios inteligentes desde una perspectiva municipal (Ivars *et al.*, 2015). Así las soluciones inteligentes que se están aplicando en los espacios con menor concentración demográfica, económica y turística, debe descansar en la cooperación municipal y en un producto determinado [el enoturismo, ecoturismo, aventura, etc.] o en un proceso de gestión turística [la comercialización de la oferta] como eje de la estrategia de destino inteligente.

RUTA DON VASCO

Área de Estudio - El Estado de Michoacán cuenta con una ubicación geográfica privilegiada, por su red carretera que le permite vincularse con los principales centros urbanos del país. Michoacán está ubicado [Fig.1] en la región oeste del país, limita al norte con Colima, Jalisco y Guanajuato, al noreste con Querétaro, al este con el Estado de México, al sur con el río Balsas que lo separa de Guerrero, y al oeste con el océano Pacífico. Cuenta con una población de 4 584 471 habitantes (INEGI, 2020). Está dividido en 113 municipios incluyendo su capital, la ciudad de Morelia.

Figura 1. Localización del Estado de Michoacán



Fuente: tomado de INEGI, 2020.

En lo que respecta con la actividad turística, el estado presenta una de las fortalezas por sus efectos económicos se ha posicionado como un centro turístico a nivel nacional. Las playas semivirgenes, festividades como el día de muertos o zonas como: Las mariposas monarcas o El Paricutín representan atractivos turísticos que se posicionan. En este sentido, la Secretaría de Turismo de Michoacán ha promovido las rutas turísticas dentro de las diez regiones en las que se divide Michoacán. En especial se presenta la ruta turística Don Vasco fundada en el 2008 se divide en (1) Zona Lacustre: constituido por Cuitzeo, Morelia, Capula, Tiripetío, Tupátaro, Cuanajo, Ihuatzio, Tzintzuntzan, Quiroga, Santa Fe de la Laguna, San Jerónimo, Erangaricuario, Arócutin, Santa Clara del Cobre, Pátzcuaro, Zirahuén, y Tzurumútar. (2) Zona de la Meseta está constituida por Tingambato, Uruapan, San Lorenzo, Paracho, Ahuiran, Nurío, Cocucho, Ocumicho, Charapan, Zacán, Angahuan, Nuevo San Juan Parangaricutiro y Capacuaro.

Figura 2. Delimitación territorial del Área del Lago y Meseta Purépecha en la Ruta Don Vasco



Fuente: Imagen tomada del Plan Estratégico de la Ruta Don Vasco del Gobierno de Michoacán - SECTUR (PE, 2016).

El argumento temático del tramo lacustre son los 500 años de historia, espiritualidad y cocina tradicional. Los argumentos específicos del tramo son las comunidades hospitalarias [hospitales coloniales para el cuidado de los purépechas], templos, capillas, conventos, arte, conocimiento, artes y oficios. El argumento temático específico del segundo tramo que implica a la meseta purépecha tiene adicional el entorno natural.

11

Diagnóstico FODA de la ruta turística Don Vasco hacia un destino inteligente - La naturaleza de la actividad turística implica analizarlo de forma sistémica y holística, razón por la cual, impactos negativos en un eslabón condicionan toda la cadena global de valor del turismo, por esta razón se dividen los efectos negativos en endógenos y exógenos. Las amenazas endógenas de la microrregión de la ruta Don Vasco son varios, con características complejas y dinámicas.

Tabla 4. Análisis FODA aspectos internos

Fortalezas	Debilidades
1) Apoyo institucional	1) Inseguridad
2) Vinculación de los actores empresariales	2) Migración
3) Interés local de la población, empresas y gobierno	3) Pobreza
4) Vocación productiva turística	4) Desarticulación social
5) Financiamiento a ejidos y comunidades	5) Desconocimiento del funcionamiento del sector y de la cadena
6) Población indígena integrada a la actividad turística	

7) Recursos y capacidades orientados al turismo	6) Alta concentración
8) Conocimiento de la evolución turística	7) Falta de promoción adecuada del destino
9) Ubicación geográfica	8) Capacitación y certificación
10) Aprovechamiento de las nuevas tendencias de turismo (inteligente)	9) Innovación
11) Uso de la tecnología	10) La articulación empresarial
12) Interés en los destinos inteligentes	11) Financiamiento gubernamental
	12) Imagen del destino

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo.

Entre las fortalezas resalta el sólido apoyo institucional que cuenta la ruta a lo largo de su evolución [nace en el 2008] hasta la actualidad, además de la vinculación que se han realizado entre las empresas, gobierno y la población en las áreas urbanas y rurales. Además del sólido interés que presentan los actores empresariales y gubernamentales en los destinos inteligentes, por su amplio manejo de la tecnología que conlleva un posicionamiento en el mercado. Además, la ubicación de la ruta turística y la gran cantidad de recursos orientados al turismo es una fortaleza, acompañado de recursos y capacidades que se presentan en el capital humano que hacen de la ruta una posibilidad de crecimiento y desarrollo con una visión sustentable en la zona. Contemplando paralelamente a las poblaciones indígenas (purépechas) que se encuentran en la zona y son participes de la actividad turística.

Entre las debilidades se presenta la inseguridad de la zona cuenta con múltiples conflictos vinculados directamente al narcotráfico, lo cual ha impactado negativamente al turismo en algunas zonas del estado. En particular la microrregión de la ruta se ve afectada porque algunos municipios como Uruapan cuentan con una actividad altamente productiva a nivel internacional, con ganancias importantes que llevan a los grupos en conflicto a pelearse por el dominio de la zona. Además, esto repercute en la imagen del estado de forma negativa, provocando una mala imagen para los turistas. Situación que debe ser analizada desde una gestión de riesgo y resiliencia de los actores de la microrregión.

La imagen del destino la articulación de los actores implica la posibilidad de mejorar y posicionar una imagen del destino. En el caso de Michoacán por los conflictos vinculados al narcotráfico, el estado cuenta con una imagen que limita la captación de turistas, esto a pesar de que los conflictos armados solo se presentan en un municipio de la ruta, y los otros municipios que lo integran se encuentran en una situación estable de seguridad. A pesar de contar con dicha seguridad, la mala imagen provoca que muchos turistas opten por otros destinos.

Falta de promoción adecuada del destino deriva en las condiciones de la ruta turística con ideales para promover de manera más articulada la ruta y poder llevar a mayor cantidad de posibles consumidores, por medio de ferias, congresos o entornos propios del turismo internacional y nacional. Sumado a las acciones empresariales y comunitarias con apoyo en organizaciones, universidades o asociaciones que impulsen la ruta Don Vasco.

Tabla 5. Análisis FODA aspectos externos

Oportunidades	Amenazas
1) Crecimiento turístico a nivel local y nacional	1) Crisis económica
2) Políticas públicas turísticas	2) Cambio climático
3) Proyectos ecoturísticos y alternativos	3) Turismo irresponsable
4) Potencialidad en la adopción de tecnología orientada al turismo	4) Pandemias
5) Apertura a nuevas formas de desarrollar turismo	5) Inseguridad externa
6) Interés a nivel federal, estatal y municipal por el turismo y destinos inteligentes	6) Cambios tecnológicos

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo.

Entre las oportunidades que se presentan en la ruta son las políticas públicas y el interés generalizado hacia los destinos inteligentes, encaminados a la generación de proyectos que responden de forma inteligente a las necesidades de la población, medioambiente y economía local que son trascendentales para el desarrollo de la ruta juntamente con sus pobladores.

Entre las amenazas destaca el cambio climático es factor será decisivo en el futuro, ya existen zonas en el mundo que presentan problemas por el cambio climático, y con el tiempo, mayor cantidad de países tendrán que hacer frente a los cambios constantes del planeta que se reflejarán en sus entornos inmediatos, y deberán hacer frente para mitigar los impactos.

Las pandemias del covid-19 es un elemento poco mencionado en temas de turismo dada las circunstancias del avance tecnológico y de salud, pero existe una vulnerabilidad global para dar respuesta efectiva ante una pandemia. Un claro ejemplo es la Covid 19 que ha demostrado la debilidad del sector turístico ante un problema global. Los gobiernos y empresas deben contar con planes de acción en casos de pandemias para hacer frente a las dificultades que conlleva en todos los sectores que engloba una cadena de valor turística.

Modelo conceptual de ruta turística inteligente Don Vasco - La propuesta de ruta turística inteligente parte de las bases del Destino Turístico Inteligente que se desprende de la base de ser un destino innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que

garantiza el desarrollo sustentable del territorio, promueve la accesibilidad universal, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno incrementando su experiencia en el destino a la vez que mejora la calidad de vida de los residentes (Segitur, 2021); comprometiéndose con el cumplimiento de los ODS de las Naciones Unidas.

La ruta turística inteligente contempla la gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. *“Los Destinos Turísticos Inteligentes son clave para el desarrollo sostenible y contribuyen, no solo a introducir mejoras para el sector turístico, sino también para el conjunto de la sociedad”* (OMT, 2021).

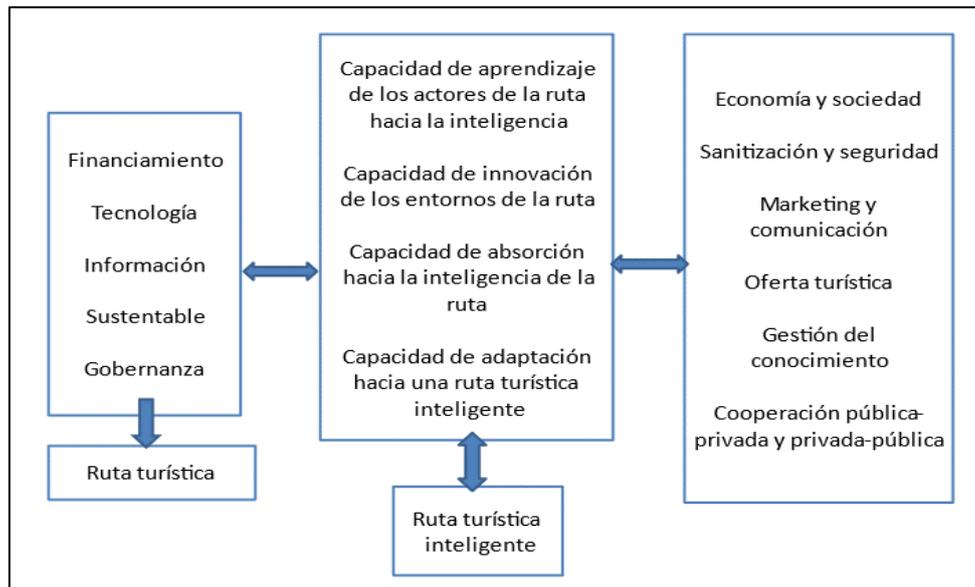
Tabla 6. Elementos del modelo conceptual de ruta turística inteligente

Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sustentabilidad	Accesibilidad
Visión estratégica e implementación	Procesos de gestión sistémica	Tecnologías aplicadas a la gobernanza	Gestión de la sostenibilidad turística	Marco normativo multiescalar
Gestión transparente, abierta y participativa	Producto y servicios diversificados	Tecnologías aplicadas al marketing turístico	Conservación patrimonio cultural tangible e intangible	Gestión de la accesibilidad
Gestión responsable y controlada	Comercialización y marketing	Infraestructuras tecnológicas del destino	Conservación medioambiental	Implantación en la ruta turística
Coordinación de acciones entre los actores	Formación, capacitación, aprendizaje y retroalimentación	Sistemas de conocimiento turístico	Desarrollo económico y social	Herramientas tecnológicas
Vinculación sistémica en la ruta		Gestión de datos		

Fuente: elaborado a partir de trabajo en campo y Segitur (2021).

El modelo conceptual toma una base en red de destinos turísticos que trabaja de forma coordinada para liderar desde la sustentabilidad el desarrollo de un turismo más inteligente. Una red presidida por la Secretaría de Turismo del estado de Michoacán coordinada por las Asociaciones de Turismo con una colaboración público-público y público-privada en el desarrollo de productos, servicios y actuaciones de los Destinos Turísticos Inteligentes.

Figura 3. Bases de la ruta turística inteligente tomando de base la ruta turística Don Vasco



Fuente: elaboración propia.

Tomando de base los elementos teóricos y la realidad de la ruta Don Vasco las condiciones dentro de las capacidades e instituciones son paralelas a los cambios del mercado y responden de forma oportuna al desarrollo en el turismo inteligente, el cual debe ir acompañado de las siguientes escalas en el modelo: (a) Economía y sociedad; (b) Sanitización y seguridad; (c) Marketing y comunicación; (d) Oferta turística; (e) Gestión del conocimiento; (f) Cooperación pública-privada y pública-pública.

La ruta turística inteligente deberá asumir un nuevo liderazgo promoviendo la cooperación entre agentes públicos, privados y sociedad civil, integrando a todos los actores locales. El objetivo es volver a restablecer consensos, compartir principios, repensar las estrategias y reforzar los procesos participativos de toma de decisiones en la búsqueda del nuevo modelo de crecimiento. Promover la transversalidad con otros sectores económicos, culturales y sociales. Reeditar el compromiso del destino con la sostenibilidad, la Agenda 2030 y los ODS: (1) Nuevos productos; (2) Solidaridad y comunidad; (3) Actuar en red; (4) Reutilización de recursos; (5) Fortalecer la resiliencia del destino; (6) Coordinación.

Así, todos los actores mejor conectados en la red relacional tendrán ventajas competitivas en relación con los actores peor conectados (Burt, 2000). Se pueden identificar dos tipos de capital social: el capital social diferenciador, también conocido como *bridging*, y el capital social integrador también conocido como *bonding* (Burt, 2000). En primer lugar, el capital social

diferenciador se refiere al conocimiento propio de los actores, es decir, sin importar la vinculación que tengan en la red siempre tendrán información y conocimiento propio. Mientras el capital social integrador es relativo a la estructura de la red de relaciones, lo cual implica los niveles de cohesión, una red con una agrupación alta tendrá una interrelación activa (Granovetter, 1985).

En este contexto, el proceso de transmisión e intercambio de conocimiento será mucho más eficiente ya que se reducirán los costes de transacción gracias a las normas y valores compartidos. Así pues, las redes relacionales, y el capital social existente, tienen la habilidad de desarrollar la capacidad de absorción real y potencial de los individuos, así como de la generación de nuevo conocimiento por parte de los actores que pertenecen a la red de relaciones (Guía et al., 2006). En este contexto, los agentes turísticos ponen en uso el conocimiento existente y el nuevo obtenido. Asimismo, será necesario que los agentes inductivos tengan la capacidad de explotar adecuadamente este conocimiento, para que esta estrategia sea finalmente implementada. Una capacidad de absorción completa permitirá a los agentes inductivos que forman parte la red relacional del destino turístico, generar ventajas competitivas en conocimiento (Guía, et al. 2006), el cual se traduce en una imagen turística inducida coherente con relación a la identidad real del destino y los productos turísticos ofrecidos en el mismo. Así, los elevados niveles de cohesión en la red relacional del destino turístico permitirán el desarrollo de un capital social integrador entre todos los actores de la red.

Estrategias para el fortalecimiento de la ruta Don Vasco - Algunas de las estrategias del fortalecimiento hacia un destino inteligente son las siguientes:

- Así, una de las estrategias frente a la percepción de inseguridad que influye negativamente en las actividades turísticas, resulta conveniente transitar por un proceso de generación de resiliencia turística mediante la gestión de los riesgos en materia turística que generen sinergias con otras agencias gubernamentales y comunitarias en el desarrollo de sistemas, procesos, programas y procedimientos coordinados entre instituciones para la prevención de desastres en los diferentes destinos, además de proteger la seguridad e integridad de los visitantes y de la población receptora, para emprender la capacitación del personal y establecer un sistema de mejora continua (Oddone & Alarcón, 2016).

- Diversificación de los productos turísticos, la microrregión cuenta con gran cantidad de elementos culturales, naturales e históricos que podría promover gran cantidad de productos complementarios en la zona como parte del fortalecimiento de la ruta Don Vasco. Como puede ser en las siguientes actividades: paseos en ríos, arroyos o lagos, tenis, rutas a caballo, senderismo, campismo, escalada en roca, talleres artesanales, fiestas tradicionales, zonas agrícolas, degustación de mezcal, cocina tradicional prehispánica, meditación, natación, observación de flora y fauna, tertulias y espeleología.
- Imagen turística social, implica la posibilidad de generar una imagen turística como microrregión, lo cual, generaría acciones encaminadas a dicha actividad desde los múltiples actores encaminen a desarrollar esta imagen de microrregión.
- Articulación entre el turismo sustentable y el desarrollo local implican la *competitividad sistémica territorial* la cual constituye una matriz organizativa de las variables que deciden sobre la capacidad de enfrentar la reestructuración productiva y el desarrollo local (Albuquerque, 2004) en la ruta turística Don Vasco, con la finalidad de mejorar la imagen turística y generar la diversificación turística.
- Rescate de la cultura purépecha presente en la ruta podría ser un impulso que denote el rescate de tradiciones, historia, fiestas, valores, cosmovisión y gastronomía. Una de las actividades actuales de la ruta recae en la posibilidad de tener una *boda purépecha*. Otra de las actividades altamente comercializada es el *día de muertos* que siempre ha existido en la zona, pero ahora es más popular a nivel internacional.
- Apoyos a micro, pequeñas y medianas empresas, organizaciones, cooperativas y asociaciones con fines turísticos que si bien, el sector gubernamental apoya directamente con financiamiento de los tres niveles de gobierno, la activación de apoyos financieros podría denotar mayor cantidad de acciones turísticas en la zona. Incluso el apoyo de migrantes por medio de divisas encaminadas a la generación de proyectos productivos en la zona son una posibilidad.
- La articulación de los actores es clave para poder generar lazos de comunicación, colaboración y confianza. La microrregión al contar con semejanzas culturales, históricas y problemas en común a lo largo de los municipios, podrían a través de gobierno y actores

claves locales, generar mecanismos de participación para consolidar una gobernanza turística.

- El cuidado ambiental en la región con la cantidad de recursos naturales que cuenta es central para la actividad turística y la calidad de vida de las personas. La zona cuenta con un potencial en actividades de aventura y ecoturismo que se presentan actualmente en la página *web* oficial de la ruta, aunque los atractivos podrían ser variados para complementar la ruta cultural de Don Vasco.
- Las políticas públicas turísticas han estado inmersas en el estado de Michoacán por su vocación en el sector turístico, sin embargo, estas políticas podrían tener mayor poder de acción en las localidades que integran la ruta para integrar emprendimientos en la ruta. Por lo tanto, la política debe ser de abajo hacia arriba para tener mayor impacto social en el sector turístico, aunque el actor clave de la ruta es el gobierno y debe orientar la participación de actores.
- Innovación: para muchos éxitos turísticos la innovación es clave para poder mejorar y posicionarse, la base es la mitigación de fracasos en la innovación que, al ser una microrregión liderada por los actores empresariales, sociales y gubernamentales, podría incentivar la innovación de nuevos productos turísticos y manejos en la actividad. La importancia de la relación entre los recursos humanos y la innovación recaen en la cooperación y la colaboración a nivel local y regional para cocrear valor para el turista y el destino (Boes *et al.*, 2015).
- Una de las claves del sector turístico es el aprendizaje continuo por medio del uso de tecnología y la administración inteligente de los datos obtenidos del sistema turístico.
- La promoción un territorio inteligente genera una competitividad en la región que supone tener en cuenta los recursos de la demarcación, los agentes e instituciones tomando de base la vocación productiva del lugar articulado con la innovación y cooperación (Canto, 2000).

CONCLUSIONES

Los modelos de turismo con complejos y bastos dando lugar al análisis de múltiples factores que intervienen en la actividad. Donde aspectos económicos, sociales, culturales, ambientales y territoriales se hacen presentes y son elementos que potencian o limitan la actividad. Entre los

modelos análisis se hace una distinción clara entre los modelos sistémicos, por la gran cantidad de elementos que contienen y la necesidad de estudiar de forma teórica y práctica al turismo.

Los modelos sistémicos ahora entran a un análisis nuevo, es decir, el uso intensivo de la tecnología ha generado nuevos nichos de mercado y oportunidades en el ámbito turístico con la aplicación de apps o entornos cibernéticos que se vinculan con la denominada destinos turísticos inteligentes, razón por lo cual, el estudio de la actividad turística con el objetivo inteligente abre la posibilidad de acercarnos a la actividad con nuevas herramientas y visiones de estudio. La necesidad de un modelo turístico inteligente abre la posibilidad de nichos de estudio en constante cambio por lo nuevo del tema, y las pocas experiencias documentadas en caso de estudio.

El turismo es una actividad compleja que a partir del desplazamiento voluntario y temporal de las personas genera un fuerte impacto en las comunidades receptoras. La actividad requiere como materia prima recursos paisajísticos y culturales que motivan el viaje de los turistas, y su puesta en valor y uso tiene repercusiones relevantes en el ambiente y en la cultura. Además, el desplazamiento y la permanencia del turista demandan infraestructura y servicios. Dado que la mayoría de los recursos constituyen bienes públicos el gobierno local se ve involucrado en la actividad junto con otras instituciones del sector privado y de la sociedad civil. Para el residente de los destinos consolidados, el turismo es una actividad que puede generar beneficios o molestias. Es frecuente considerar que el desarrollo turístico genera desarrollo local porque incrementa el ingreso económico del destino y genera empleos.

En lo que respecta con los modelos de turismo inteligente aplicado a la ruta turística Don Vasco en Michoacán, México, comprende aspectos negativos para el turismo como es la inseguridad, pero dentro del análisis FODA se puede constatar que la vocación turística, localización e interés de los actores turísticos en los destinos inteligentes es clave para poder realizar las estrategias y acciones hacia la transición a un destino inteligente. la posibilidad de reconfigurar un destino existente en uno modernizado, competitivo y de calidad traería en zonas urbanas y rurales la posibilidad de captar mayor cantidad de turistas y promover el desarrollo en la ruta.

REFERÊNCIAS

Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 82, 154-171. [Link](#)

Arévalo-Pacheco, G. J., & Rodríguez-Santibáñez, I. (2024). Modelo conceptual de destino inteligente: caso de la Ruta Turística Don Vasco, Michoacán [México]. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i1p23>

- Ascanio, A. (2009). Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema. *Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 321-325. [Link](#)
- Beni, M. (2000). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Boullón, R. (1990). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*. México: Trillas.
- Brandão, M., Joia, L., & Marcuzzo, G. (2019). Towards a smart tourism destination development model: promoting environmental, economic, socio-cultural, and political values. *Tourism Planning & Development*, 17(3), 1-24. [Link](#)
- Burt, R. S. (2000). The network structure of social capital. In: R. I. Sutton & B. M. Staw (eds.), *Research in Organizational Behavior*. Greenwich: JAI Press.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising smart tourism destination dimensions. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 391-404. [Link](#)
- Canto, C. (2000). Nuevos conceptos y nuevos indicadores de competitividad territorial para las áreas rurales. *Revista Manuales de Geografía de la Universidad Complutense*, 20, 69-84. [Link](#)
- Celdrán-Bernabeu, B., Mazón, J., Ivars-Baidal, J., & Vera-Rebollo, J. (2018). Smart Tourism. Un estudio de mapeo sistemático. *Revista Cuadernos de Turismo*, (41), 107-138. [Link](#)
- Celdrán Bernabeu, M. (2018). Nuevos escenarios para la planificación y gestión del turismo. El enfoque destinos turísticos inteligentes (Summary of Doctoral Disertación, Universidad de Alicante, Spain). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 79(27). 1-12. [Link](#)
- Cesar, P. A. B. (2014). El proyecto Turís Orígenes de la planificación del turismo en Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(1), 233-252. [Link](#)
- Diéguez, I., Gueimonde, A., SInde, A., & Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista Cultura y Turismo*, 5(2), 101-124. [Link](#)
- Fernández, A., López, M., Moreno, L., Perles, J., Ramón, A., & Such, J. (2017). Innovación y destinos inteligentes: una oportunidad para el know how turístico español. *Estrategia e Internacionalización de la Empresa Turística*, 894, 137-150. [Link](#)
- Fortes, S., & Mantovaneli, O. (2009). Desarrollo regional y turismo en Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(1), 655-671. [Link](#)

Arévalo-Pacheco, G. J., & Rodríguez-Santibáñez, I. (2024). Modelo conceptual de destino inteligente: caso de la Ruta Turística Don Vasco, Michoacán [México]. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i1p23>

- Guía, J., Prats, L., & Comas, J. (2006). The destination as a local system of innovation: the role of relational networks. In: L. Lazzeretti, & C. Petrillo (Eds.), *Tourism Local System and Networking*. Amsterdam: Elsevier.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510. [Link](#)
- Gunn, C. (1996). *Tourism Planning: Basic, Concepts, Issues*. Washington: Taylor and Francis. [Link](#)
- Hall, R. (2001). The vision of a smart city. In: Brookhaven National Laboratory, Upton, New York, U.S.A., 11973. 2nd International Life Extension Technology Workshop. September 28, 2000, Paris, France, U. S. Department of Energy. [Link](#)
- Herrera, F. (2017). *Informe sobre la Tendencia Inteligente de las Ciudades en España*. Grupo de Smart Cities Smart Regions. Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital. 7-47. [Link](#)
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI. (2020). [Link](#)
- Ivars, J., Solsona, J., & Giner, D. (2015). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Revista Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346. [Link](#)
- Jafari, J. (1983). Anatomy of the Travel Industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 24(1), 77-90. [Link](#)
- Leiper, N. (1979). El marco del turismo: hacia una definición de turismo, turismo y la industria del turismo. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407. [Link](#)
- Leiper, N. (1990). Sistemas de atracción turística. *Annals of Tourism Research*, 77(3), 367-384. [Link](#)
- Mazaro, R., & Varzin, G. (2008). Competitiveness Models for Tourist Destinations into the Sustainability Context. *RAC*, 12(3), 789-809. [Link](#)
- Merinero, R., & Pulido, J. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 23, 173-193. [Link](#)

Arévalo-Pacheco, G. J., & Rodríguez-Santibáñez, I. (2024). Modelo conceptual de destino inteligente: caso de la Ruta Turística Don Vasco, Michoacán [México]. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i1p23>

- Molina, S. (2000). *Conceptualización del turismo*. México: Limusa.
- Molina, S. (2000). *El Posturismo: De los centros turísticos industriales a las ludópolis*. Pp. 4-14. México: Editorial Tesis Económica Profesional.
- Molina, D. (2014). ¿Construcción de sociedad civil y de desarrollo territorial rural? Una perspectiva desde las transformaciones rurales a partir del turismo rural. *Criterios Cuadernos de Ciencias Jurídicas y Política Internacional*, 7(1), 49-80. [Link](#)
- Murphy, P. (1983). Perceptions and attitudes of decisionmaking groups in tourism centers. *Journal of Travel Research*, 21(3). [Link](#)
- Oddone, N., & Alarcón, P. (2016). *Fortalecimiento de la cadena de turismo de Antigua Guatemala y de los municipios rurales del Departamento de Sacatepéquez*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 4-119. [Link](#)
- Oliveira Santos, G. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(1), 96-108. [Link](#)
- Organização Mundial de Turismo - OMT (2021). *2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales*. Organización Mundial del Turismo. [Link](#)
- Osorio, M. (2000). Hacia la construcción del objeto de estudios del turismo desde una perspectiva materialista crítica. *Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(1), 141-61. [Link](#)
- Ostrom, E. (2011). *El gobierno de los bienes comunes*. La evolución de las instituciones de acción colectiva. México: Fondo de Cultura Económica. [Link](#)
- Palmas, Y., Serrano-Barquín, R., Gutiérrez, J., Cruz, G., & Favila, H. (2014). Modelo Teórico- Metodológico para el estudio del turismo armónico y el desarrollo local. *Investigaciones Turísticas*, (7), 23-46. [Link](#)
- PE (2016). *Plan Estratégico de la Ruta Don Vasco*. SECTUR Gobierno de Michoacán.
- Pearce, D. G. (2003). *Geografia do Turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens*. São Paulo: Aleph.
- Palhares, G. L. (2002). *Transportes Turísticos*. São Paulo: Aleph.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination*. Wallingford: CAB International.

Arévalo-Pacheco, G. J., & Rodríguez-Santibáñez, I. (2024). Modelo conceptual de destino inteligente: caso de la Ruta Turística Don Vasco, Michoacán [México]. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i1p23>

Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona: Ariel.

Segitur (2021). *Guía para Acelerar la Reactivación de Destinos Turísticos Inteligentes en el Contexto del Covid-2019*. En destino turístico inteligente del Gobierno de España. [Link](#)

Valls, J. F. (1998). Cambio de concepto en la gestión turística del municipio. *Estudios de Gestión Turística*, 7, 3-7.

Vásquez, D., Osorio, M., Arellano, A., & Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, 5, 1-28. [Link](#)

Von Bentalanffy, L. (1989). *Teoría General de los Sistemas*. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones. México: Fondo de Cultura Económico. [Link](#)

Zalvide Bassadopne, A. (2017). *Turismo y trabajo: interrelación entre causas y efectos*. Tesis Doctoral, Departamento de Derecho Público, Universidad de Huelva, España. [Link](#)

ⁱ Las diez regiones en las que se divide Michoacán: 1. Lerma–Chapala, 2. Bajío, 3. Cuitzeo, 4. Oriente, 5. Tepalcatepec, 6. Purépecha, 7. Pátzcuaro-Zirahuén, 8. Tierra Caliente, 9. Sierra Costa y 10. Infiernillo

PROCESSO EDITORIAL

Recebido: 3 MAR 23

Aceito: 28 JAN 24