

Teodoro Reyes Fong
Juan Flores Preciado
Ana Isabel Ordoñez Parada
Rodolfo Antonio Mejía Villaseñor
(Organizadores)



Perspectivas Contemporáneas en Finanzas, Economía y Competitividad:

Investigaciones sobre MiPyMEs, Relaciones Laborales,
Turismo y Marketing Digital

Teodoro Reyes Fong
Juan Flores Preciado
Ana Isabel Ordoñez Parada
Rodolfo Antonio Mejía Villaseñor
(Organizadores)



Perspectivas Contemporáneas en Finanzas, Economía y Competitividad:

Investigaciones sobre MiPyMEs, Relaciones Laborales,
Turismo y Marketing Digital



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores.

Este livro está protegido por leis internacionais de propriedade intelectual. O uso não autorizado de seu conteúdo constitui infração aos direitos dos autores e será sancionado conforme a legislação vigente. É permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, **conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.**

Editora Chefe
Editora Executiva
Direção de Arte
Diagramação
Organizadores

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
M.ª Viviane Carvalho Mocellin
M.ª Bruna Bejarano
Elisangela Abreu
Teodoro Reyes Fong
Juan Flores Preciado
Ana Isabel Ordoñez Parada
Rodolfo Antonio Mejía Villaseñor

Imagem da Capa

Fotografias: Bruna Bejarano. Da esquerda para a direita: Morro da Urca, Rio de Janeiro, Brasil (2016); Islamorada, Florida, EUA (2019); São Francisco, Curitiba, Brasil (2020); San Francisco, EUA (2018); Rio Tormes, Puente Enrique Esteban, Salamanca, Espanha (2022).

Bibliotecário **Instituições participantes**

Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422
Centro Universitario de la Costa Sur de la Universidad de Guadalajara
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Unidad UPIICSA del Instituto Politécnico Nacional
Universidad Autónoma de Chihuahua

Corpo Arbitral do Livro

Dr. Ángel Licona Michel
Dr. Juan Alfredo Lino Gamiño
Dra. Hortencia Hernández Vela
Dr. Dieter Edgardo Numpaque Acosta
Dra. Leticia María González Velásquez
Dra. Beatriz Llamas Aréchiga
Dr. Modesto Barrón Wilson

Universidad de Colima
Universidad de Colima
Universidad Juárez del Estado de Durango
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
Universidad de Sonora
Universidad de Sonora
Universidad de Sonora



Dr. Francisco Espinoza Morales
Dr. Juan José García Ochoa
Dr. José Guadalupe Vargas Fernández
Dr. Miguel Ángel Oropeza Tagle
Dr. Roberto González Acolt
Dr. Virginia Guadalupe López Torres
Dr. Manuel Díaz Flores
Dra. Jesús Esperanza López Cortez

Universidad de Sonora
Universidad de Sonora
Tecnológico Nacional de México
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Chiapas

Comitê Editorial do Livro

DR. RODOLFO ANTONIO MEJÍA VILLASEÑOR, Universidad de las Américas y del Caribe, México
DR. MIGUEL ÁNGEL OROPEZA TAGLE, Universidad Autónoma de Aguascalientes, México
DRA. JESÚS ESPERANZA LÓPEZ CORTEZ, Universidad Autónoma de Chiapas, México
DR. VICTOR VILLASUSO PINO, Universidad Autónoma de Yucatán, México
DR. HUGO FERNANDO CEBALLOS GÓMEZ, Universidad Mariana de San Juan Pasto Colombia
DRA. IVANNIA LILET MAYAG CHUD, Universidad Mariana de San Juan Pasto, Colombia
DRA. MARÍA INÉS ÁLVAREZ BURGOS, Universidad Santo Tomás, Colombia
DR. ALEX DARÍO ESTRADA GARCÍA, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador
DRA. MÓNICA DORALIS ORTEGA URBANO, Universidad Santiago de Cali USC, COLOMBIA
DR. GALO CHRISTIAN NUMPAQUE ACOSTA, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia DRA.
GLORIA ESPERANZA ARAGÓN CUAMACÁS, Universidad Técnica del Norte Ecuador
DRA. MARIA EMPERATRIZ FUERTES NARVÁEZ, Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero de Ecuador

Conselho Editorial – Editora Artemis

Prof.ª Dr.ª Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México
Prof.ª Dr.ª Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Prof.ª Dr.ª Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru
Prof.ª Dr.ª Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil
Prof.ª Dr.ª Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México
Prof.ª Dr.ª Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil
Dr. Cristo Ernesto Yáñez León – New Jersey Institute of Technology, Newark, NJ, Estados Unidos



Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Dina Maria Martins Ferreira, *Universidade Estadual do Ceará*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México

Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro*, Portugal

Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, *Universidade de São Paulo (USP)*, Brasil

Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, *Universidade Federal de Roraima*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México

Prof.^a Dr.^a Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste*, Argentina

Prof.^a Dr.^a Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha

Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguay

Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México

Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal*, Canadá

Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Gabriela Gonçalves, *Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP)*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Galina Gumovskaya – *Higher School of Economics*, Moscow, Russia

Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, *Universidade Federal do Triângulo Mineiro*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis*, Argentina

Prof.^a Dr.^a Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina

Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, *Instituto Politécnico da Guarda*, Portugal

Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina

Prof. Dr. Guillermo Julián González-Pérez, *Universidad de Guadalajara*, México

Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg*, Suécia

Prof.^a Dr.^a Iara Lúcia Tescarollo Dias, *Universidade São Francisco*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru

Prof.^a Dr.^a Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina

Prof. Dr. Ivan Amaro, *Universidade do Estado do Rio de Janeiro*, Brasil

Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile

Prof.^a Dr.^a Ivânia Maria Carneiro Vieira, *Universidade Federal do Amazonas*, Brasil

Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College*, Estados Unidos

Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha*, Espanha

Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, *Universidade de Évora*, Portugal

Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, *UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros*, Brasil

Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México

Prof. Dr. José Cortez Godinez, *Universidad Autónoma de Baja California*, México

Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, *Instituto Politécnico Nacional*, México

Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha

Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia



Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, México

Prof. Dr. Juan Porras Pulido, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México

Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*, Brasil

Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, *Universidade Estadual Paulista (UNESP)*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Lúvia do Carmo, *Universidade Federal de Goiás*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Luciane Spanhol Bordignon, *Universidade de Passo Fundo*, Brasil

Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México

Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha

Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha

Prof. Dr. Manuel Simões, *Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Márcia de Souza Luz Freitas, *Universidade Federal de Itajubá*, Brasil

Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, *Universidade Estadual Paulista (UNESP)*, Brasil

Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, *Universidade Federal de Sergipe*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Margarida Márcia Fernandes Lima, *Universidade Federal de Ouro Preto*, Brasil

Prof.^a Dr.^a María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina

Prof.^a Dr.^a Maria Aparecida José de Oliveira, *Universidade Federal da Bahia*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Maria da Luz Vale Dias – *Universidade de Coimbra*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maria do Céu Caetano, *Universidade Nova de Lisboa*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, *Universidade Federal do Maranhão*, Brasil

Prof.^a Dr.^a M^aGraça Pereira, *Universidade do Minho*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maria Gracinda Carvalho Teixeira, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*, Brasil

Prof.^a Dr.^a María Guadalupe Vega-López, *Universidad de Guadalajara*, México

Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia Pato, *Instituto Politécnico de Viseu*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba

Prof.^a Dr.^a Mauriceia Silva de Paula Vieira, *Universidade Federal de Lavras*, Brasil

Prof. Dr. Melchor Gómez Pérez, *Universidad del Pais Vasco*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Ninfa María Rosas-García, *Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional*, México

Prof.^a Dr.^a Odara Horta Boscolo, *Universidade Federal Fluminense*, Brasil

Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru

Prof.^a Dr.^a Patrícia Vasconcelos Almeida, *Universidade Federal de Lavras*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Paula Arcoverde Cavalcanti, *Universidade do Estado da Bahia*, Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, *Universidade Federal do Pará*, Brasil

Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, *Universidade Federal do Piauí*, Brasil

Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, *Universidade Federal do Piauí*, Brasil

Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, *Universidade Federal de Uberlândia*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil
Prof.^a Dr.^a Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University, Russia*
Prof.^a Dr.^a Susana Álvarez Otero – Universidad de Oviedo, Espanha
Prof.^a Dr.^a Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.^a Dr.^a Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil
Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil
Prof.^a Dr.^a Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Colômbia*
Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León, Espanha*

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

P467 Perspectivas Contemporâneas en Finanzas, Economía y Competitividad [livro eletrônico] : Investigaciones sobre MiPyMEs, Relaciones Laborales, Turismo y Marketing Digital / Organizadores Teodoro Reyes Fong ... [et al.]. – 1. ed. – Curitiba, PR: Editora Artemis, 2026.
Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia.
ISBN 978-65-82858-18-5
DOI 10.37572/EdArt_130826185

1. Finanzas – Economía. 2. Competitividad. 3. Micro e pequenas empresas. I. Reyes Fong, Teodoro. II. Flores Preciado, Juan. III. Ordoñez Parada, Ana Isabel. IV. Mejía Villaseñor, Rodolfo Antonio.

CDD 330

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



PRÓLOGO

Las organizaciones, los mercados y las economías experimentan actualmente uno de los periodos de transformación más profundos de las últimas décadas. La acelerada evolución tecnológica, la digitalización de los procesos productivos, la creciente interdependencia económica entre los países, los cambios demográficos, la consolidación de nuevos modelos de negocio y la necesidad de incorporar criterios de sostenibilidad en las decisiones empresariales han modificado significativamente la manera en que las instituciones públicas y privadas generan valor, compiten y responden a las demandas de una sociedad cada vez más informada y exigente.

En este escenario, las finanzas, la economía y la administración enfrentan nuevos desafíos que trascienden los enfoques tradicionales. Hoy en día, la competitividad de las organizaciones no depende únicamente de la eficiencia en la utilización de sus recursos o de la obtención de ventajas económicas de corto plazo, sino también de su capacidad para innovar, adaptarse a entornos dinámicos, incorporar tecnologías digitales, fortalecer el capital humano, promover prácticas responsables y construir modelos de negocio resilientes que contribuyan al desarrollo sostenible.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) representan uno de los principales motores de las economías nacionales, particularmente en países como México, donde generan una parte importante del empleo y contribuyen significativamente al producto interno bruto. Sin embargo, estas organizaciones enfrentan múltiples retos derivados de la competencia internacional, la limitada disponibilidad de recursos financieros, las brechas tecnológicas, la baja digitalización de sus procesos y los constantes cambios en los hábitos de consumo. En consecuencia, resulta indispensable generar conocimiento científico que permita comprender dichos desafíos y proponer alternativas orientadas a fortalecer su competitividad y permanencia.

De manera paralela, las relaciones laborales también han experimentado profundas transformaciones. La incorporación de nuevas generaciones al mercado laboral, la expansión del trabajo híbrido y remoto, la creciente importancia del bienestar organizacional y la evolución de las expectativas de los trabajadores han obligado a las organizaciones a replantear sus modelos de gestión del talento humano. Factores como la satisfacción laboral, el clima organizacional, la productividad, el compromiso y la calidad de vida en el trabajo se han convertido en variables estratégicas para incrementar la competitividad empresarial y asegurar la sostenibilidad de las organizaciones.

El turismo constituye otro de los sectores económicos con mayor capacidad para dinamizar el crecimiento regional, generar empleos, atraer inversiones y fortalecer

el desarrollo local. Sin embargo, las nuevas exigencias de los visitantes, la competencia entre destinos, la digitalización de los procesos de promoción y comercialización, así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible, demandan estrategias innovadoras que permitan equilibrar el crecimiento económico con la conservación del patrimonio natural, cultural y social. En este contexto, el marketing digital y las tecnologías de información se consolidan como herramientas fundamentales para fortalecer la competitividad de los destinos turísticos y mejorar su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales.

Asimismo, la economía contemporánea enfrenta fenómenos de alcance global que redefinen continuamente las estrategias de desarrollo de los países. El *nearshoring*, la relocalización de cadenas globales de suministro, la transición hacia modelos de economía circular, el fortalecimiento de la gobernanza corporativa y la incorporación de criterios ambientales, sociales y de gobernanza representan algunos de los temas más relevantes para comprender la evolución de las organizaciones durante la presente década. Estos fenómenos generan oportunidades de crecimiento económico, pero también implican importantes desafíos relacionados con la innovación, la infraestructura, la capacitación del capital humano, la sostenibilidad y la capacidad institucional.

En este contexto surge la presente obra, *Perspectivas contemporáneas en finanzas, economía y competitividad: Investigaciones sobre mipymes, relaciones laborales, turismo y marketing digital*, cuyo propósito consiste en aportar evidencia científica, análisis críticos y propuestas que contribuyan a la comprensión de algunos de los principales fenómenos que actualmente impactan a las organizaciones, los sectores productivos y las economías regionales.

El libro reúne investigaciones desarrolladas desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, las cuales comparten un objetivo común: generar conocimiento útil para fortalecer la toma de decisiones tanto en el ámbito académico como en los sectores público y privado. La diversidad de temas incluidos refleja el carácter multidisciplinario de las ciencias económico-administrativas y evidencia la necesidad de abordar los problemas contemporáneos mediante enfoques integrales que consideren simultáneamente factores económicos, financieros, sociales, tecnológicos y organizacionales.

Con la finalidad de facilitar su comprensión, la obra se encuentra organizada en dos grandes apartados temáticos.

La parte I, denominada *Finanzas, economía, competitividad y MiPyMEs*, integra cinco investigaciones que analizan diversos factores relacionados con el desarrollo económico y la competitividad empresarial. El primer capítulo examina la importancia de la educación financiera como herramienta preventiva frente al fraude cibernético

asociado con el robo de identidad bancaria y la clonación de tarjetas de crédito en México, problemática que ha adquirido una relevancia creciente debido al incremento de las transacciones electrónicas y la expansión de los servicios financieros digitales.

El segundo capítulo analiza el turismo como motor del desarrollo económico regional, destacando su capacidad para generar empleo, atraer inversiones y dinamizar las economías locales mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales.

Posteriormente, el tercer capítulo estudia las oportunidades que representa el *nearshoring* para el crecimiento económico de México, considerando los cambios recientes en las cadenas globales de suministro, la relocalización de empresas y las ventajas competitivas que ofrece el país para atraer nuevas inversiones productivas.

El cuarto capítulo presenta una evaluación multicriterio sobre la competitividad, la gobernanza y la sostenibilidad de Petróleos Mexicanos (PEMEX) durante el periodo 2018-2024. Mediante un enfoque integral, se analizan diferentes dimensiones relacionadas con el desempeño institucional, la eficiencia operativa y la sostenibilidad de una de las empresas estratégicas más importantes para la economía nacional.

Finalmente, el quinto capítulo aborda la economía circular como un modelo alternativo para fortalecer la competitividad de las MiPyMEs mexicanas. El estudio destaca la importancia de promover procesos productivos sostenibles, optimizar el aprovechamiento de los recursos y reducir los impactos ambientales mediante estrategias de reutilización, reciclaje e innovación.

La parte II, titulada *Relaciones laborales, productividad, turismo y marketing digital*, reúne investigaciones orientadas a comprender los factores humanos y tecnológicos que influyen en el desempeño organizacional y en la competitividad de los destinos turísticos.

El sexto capítulo analiza la satisfacción laboral y su relación con el nivel socioeconómico y los grupos generacionales, identificando diferencias en las expectativas, motivaciones y percepciones de los trabajadores que permiten comprender mejor la diversidad existente dentro de las organizaciones contemporáneas.

El séptimo capítulo examina la percepción de los empleados respecto a los factores que inciden en la productividad y el clima laboral dentro de una empresa. Los resultados aportan evidencia relevante sobre la importancia del liderazgo, la comunicación, la motivación y las condiciones de trabajo para incrementar el desempeño organizacional.

El octavo capítulo estudia la relación entre calidad digital, turismo sostenible y posicionamiento de los Pueblos Mágicos desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La investigación muestra cómo las herramientas digitales pueden

fortalecer la competitividad turística al mejorar la experiencia de los visitantes y promover un desarrollo territorial más equilibrado.

El noveno y último capítulo analiza el uso de plataformas de marketing digital en los principales atractivos turísticos de la ciudad de Morelia. La investigación identifica el grado de adopción de diversas herramientas digitales y su contribución al posicionamiento de los destinos turísticos en un entorno caracterizado por consumidores altamente conectados y por una intensa competencia entre ciudades.

En conjunto, los capítulos que conforman esta obra evidencian que la competitividad constituye un fenómeno multidimensional en el que convergen factores económicos, financieros, tecnológicos, organizacionales, sociales y ambientales. Ninguna organización puede alcanzar un crecimiento sostenido si descuida alguno de estos componentes, pues el éxito depende cada vez más de la capacidad para integrar estrategias innovadoras con prácticas responsables y orientadas a la generación de valor compartido.

Otro aspecto que distingue a esta obra es el predominio de investigaciones aplicadas que vinculan el conocimiento científico con problemas reales enfrentados por empresas, instituciones y sectores económicos. Esta orientación favorece la transferencia del conocimiento hacia la práctica profesional y proporciona elementos que pueden apoyar la formulación de políticas públicas, estrategias empresariales y proyectos de investigación futuros.

Los coordinadores y autores confían en que las investigaciones aquí presentadas contribuyan al fortalecimiento del debate académico y estimulen nuevas líneas de investigación en torno a las finanzas, la economía, la competitividad, las MiPyMEs, las relaciones laborales, el turismo y el marketing digital. Asimismo, se espera que esta obra sirva como material de consulta para estudiantes de licenciatura y posgrado, docentes, investigadores, empresarios y responsables de la toma de decisiones interesados en comprender las dinámicas que actualmente configuran el desarrollo económico y organizacional.

En una realidad caracterizada por el cambio permanente, la generación de conocimiento científico constituye uno de los pilares fundamentales para promover sociedades más competitivas, inclusivas y sostenibles. Bajo esta convicción, *Perspectivas contemporáneas en finanzas, economía y competitividad: Investigaciones sobre mipymes, relaciones laborales, turismo y marketing digital* representa una aportación académica que busca enriquecer la discusión contemporánea sobre algunos de los desafíos más relevantes que enfrentan las organizaciones y los territorios en el siglo XXI, invitando al lector a reflexionar, contrastar ideas y generar nuevas propuestas que contribuyan al desarrollo económico y social desde una perspectiva integral y basada en la evidencia.

SUMÁRIO

FINANZAS, ECONOMÍA, COMPETITIVIDAD Y MIPYMES

CAPÍTULO 1..... 1

EDUCACIÓN FINANCIERA PARA PREVENIR EL FRAUDE CIBERNÉTICO MEDIANTE EL ROBO DE IDENTIDAD BANCARIA Y LA CLONACIÓN CON EL USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO EN MÉXICO

Francisco Flores Cuevas

Claudio Rafael Vásquez Martínez

Clara Eugenia Moreno Ramírez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261851

CAPÍTULO 2..... 20

EL TURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO REGIONAL

Erik Alfaro Calderón

Ma. del Carmen Arias Valencia

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261852

CAPÍTULO 3..... 35

LOGÍSTICA Y EL NEARSHORING PARA EL CRECIMIENTO DE MÉXICO

Yuritzi Lizeth Gámez Béjar

Cuauhtémoc Guerrero Dávalos

Ma. Hilda Rodales Trujillo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261853

CAPÍTULO 4..... 43

EVALUACIÓN MULTICRITERIO DE LA COMPETITIVIDAD, GOBERNANZA Y SOSTENIBILIDAD: EL CASO PEMEX, 2018-2024

Cuauhtémoc Guerrero Dávalos

Ma. Hilda Rodales Trujillo

Yuritzi Lizeth Gámez Béjar

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261854

CAPÍTULO 5..... 59

ECONOMÍA CIRCULAR Y LAS MIPYMES MEXICANAS

Nayeli Itzel Beltrán García

Evelia Rojas Alarcón

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261855

RELACIONES LABORALES, PRODUCTIVIDAD, TURISMO Y MARKETING DIGITAL

CAPÍTULO 6..... 74

SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL SOCIOECONÓMICO Y EL GRUPO GENERACIONAL

Rosa Isela Urbiola Rodríguez

Héctor López Gama

David González Díaz

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261856

CAPÍTULO 7..... 88

ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS EMPLEADOS ACERCA DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCTIVIDAD Y EL CLIMA LABORAL EN UNA EMPRESA

Alma Lilia Sapién Aguilar

Laura Cristina Piñón Howlet

Ricardo Gallegos Murillo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261857

CAPÍTULO 8..... 104

CALIDAD DIGITAL, TURISMO SOSTENIBLE Y POSICIONAMIENTO DE LOS PUEBLOS MÁGICOS: UNA APROXIMACIÓN DESDE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Marcela Figueroa Aguilar

Martha Beatriz Flores Romero

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261858

CAPÍTULO 9..... 121

ANÁLISIS DEL USO DE PLATAFORMAS DE MARKETING DIGITAL EN LOS
PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE MORELIA

Alberto Cortés Hernández
Víctor Tinoco Bejar
Alejandra Berenice García Torres

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1308261859

SOBRE LOS ORGANIZADORES134

ÍNDICE REMISSIVO136

CAPÍTULO 8

CALIDAD DIGITAL, TURISMO SOSTENIBLE Y POSICIONAMIENTO DE LOS PUEBLOS MÁGICOS: UNA APROXIMACIÓN DESDE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Data de submissão: 18/07/2026

Data de aceite: 31/07/2026

Marcela Figueroa Aguilar¹

<https://orcid.org/0000-0002-4430-8459>

Martha Beatriz Flores Romero²

<https://orcid.org/0000-0003-4567-5485>

RESUMEN: El programa Pueblos Mágicos se ha consolidado en México como una estrategia para impulsar el desarrollo turístico y territorial; sin embargo, su posicionamiento competitivo en entornos digitales continúa siendo un desafío. El presente trabajo tiene como objetivo evaluar la calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán como un factor clave para el turismo sostenible, en alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se propone una metodología cuantitativa para la construcción de un índice general de calidad web y una serie de índices parciales que permiten analizar de manera integral los entornos digitales de estos destinos. La evaluación se estructuró en cuatro dimensiones: aspectos comunicativos,

técnicos, persuasivos y relacionales, los cuales incluyen variables como calidad del contenido, arquitectura de la información, usabilidad, accesibilidad, imagen de marca, interactividad y comunicación móvil. Se aplicó una escala de medición y los resultados se contrastaron con una puntuación máxima para determinar el nivel de calidad web y el posicionamiento digital de cada pueblo mágico. Los hallazgos evidencian que la mayoría de los sitios web presentan desempeños por debajo del nivel óptimo, lo cual limita su capacidad para atraer, informar e interactuar eficazmente con los turistas. Estos resultados se discuten desde el marco de los ods, destacando la necesidad de fortalecer las estrategias digitales como vía para impulsar la competitividad, la sostenibilidad turística y el desarrollo local. Finalmente, se proponen líneas de acción orientadas a la mejora de la presencia digital de los Pueblos Mágicos.

PALABRAS CLAVE: Pueblos Mágicos; turismo sostenible; calidad web; posicionamiento digital.

DIGITAL QUALITY, SUSTAINABLE TOURISM AND THE POSITIONING OF PUEBLOS MAGICS: AN APPROACH FROM THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

ABSTRACT: The Pueblos Mágicos (Magical Towns) program has become established in Mexico as a strategy to promote tourism and territorial development; however, its competitive positioning in digital environments

¹ Docente de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

² Docente de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

remains a challenge. This study aims to evaluate the quality of the websites of the Pueblos Mágicos in Michoacán as a key factor for sustainable tourism and its alignment with the Sustainable Development Goals (SDGs). A quantitative methodology is proposed for constructing a general web quality index and a series of partial indices that allow for a comprehensive analysis of the digital environments of these destinations. The evaluation was structured around four dimensions: communicative, technical, persuasive, and relational aspects, which include variables such as content quality, information architecture, usability, accessibility, brand image, interactivity, and mobile communication. A measurement scale was applied, and the results were compared to a maximum score to determine the web quality level and digital positioning of each Pueblo Mágico. The findings show that most websites perform below optimal levels, limiting their ability to attract, inform, and effectively engage with tourists. These results are discussed within the framework of the Sustainable Development Goals (SDGs), highlighting the need to strengthen digital strategies as a way to boost competitiveness, tourism sustainability, and local development. Finally, action plans are proposed to improve the digital presence of Pueblos Mágicos (Magical Towns).

KEYWORDS: Pueblos Mágicos; sustainable tourism; website quality; digital positioning.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores estratégicos para el desarrollo económico, social y cultural de numerosos territorios, particularmente en contextos locales que buscan diversificar su economía, fortalecer su identidad y mejorar el bienestar de sus comunidades. En este escenario, la sostenibilidad se ha convertido en un eje central para la planificación y gestión de destinos turísticos, en concordancia con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), los cuales promueven modelos de crecimiento inclusivos, responsables y orientados al equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental (Organización de las Naciones Unidas, [ONU], 2015).

En México, el programa Pueblos Mágicos surge como una política pública orientada a impulsar el desarrollo territorial a través de la valorización del patrimonio cultural, natural e histórico, posicionando a pequeñas localidades como destinos turísticos con identidad propia. Si embargo, la creciente competencia entre destinos y la transformación de los hábitos de consumo turístico, caracterizados por el uso intensivo de tecnologías digitales, obligan a replantear las estrategias tradicionales de promoción y gestión. Actualmente, los sitios web oficiales y los entornos digitales constituyen el primer punto de contacto entre los destinos y los turistas, influyendo de manera decisiva en la construcción de la imagen, la toma de decisiones y la experiencia previa al viaje.

Desde esta perspectiva, la calidad digital de los destinos no sólo impacta en su visibilidad y posicionamiento competitivo, sino también en su capacidad para comunicar prácticas sostenibles, fomentar un turismo responsable y fortalecer la participación

de actores locales, aspectos directamente vinculados con los ODS, en particular el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), ODS 9 (industria, innovación e infraestructura), ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles), ODS 12 (producción y consumo responsables) y ODS 17 (alianzas para lograr los objetivos). No obstante, diversos estudios señalan que muchos destinos emergentes presentan debilidades en sus plataformas digitales, limitando su potencial como herramientas estratégicas de desarrollo turístico sostenible.

En el estado de Michoacán, los Pueblos Mágicos representan nodos clave para la dinamización económica regional y la preservación del patrimonio cultural; sin embargo, su inserción efectiva en el entorno digital aún enfrenta retos significativos. La ausencia de estándares claros en diseño, accesibilidad, interactividad, calidad de contenidos e imagen de marca puede traducirse en una experiencia digital deficiente, afectando tanto el posicionamiento competitivo como la percepción del destino por parte de los visitantes potenciales.

Bajo este contexto, el presente artículo se propone analizar la calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán como un factor estratégico para el turismo sostenible y el posicionamiento competitivo, integrando el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible como eje interpretativo. A través de una evaluación cuantitativa estructurada en dimensiones comunicativas, técnicas, persuasivas y relacionales, se busca aportar evidencia empírica que permita comprender el estado actual de la presencia digital de estos destinos, así como identificar áreas de oportunidad orientadas al fortalecimiento de sus estrategias digitales.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La consolidación del turismo como motor de desarrollo territorial ha colocado a los destinos locales frente al desafío de competir en un entorno globalizado, altamente digitalizado y orientado a la experiencia del usuario. En este contexto, los entornos digitales, particularmente los sitios web oficiales de los destinos turísticos, se han convertido en plataformas estratégicas para la difusión de información, la construcción de imagen, la promoción de servicios y la interacción con los visitantes. Su calidad influye de manera directa en la percepción del destino, en la toma de decisiones del turista y en el posicionamiento competitivo dentro del mercado turístico.

A pesar de su relevancia, diversos estudios advierten que una parte importante de los destinos emergentes presenta limitaciones en sus plataformas digitales, reflejadas en deficiencias en contenidos, arquitectura de la información, usabilidad, accesibilidad,

interactividad y estrategias de comunicación persuasiva. Estas carencias no sólo reducen la eficacia promocional, sino que también obstaculizan la posibilidad de integrar enfoques de turismo sostenible, innovación y participación social, principios alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con los actuales modelos de gestión de destinos.

En el caso de México, el programa Pueblos Mágicos busca fortalecer el desarrollo local a partir del aprovechamiento del patrimonio cultural y natural. No obstante, el creciente número de localidades incorporadas al programa ha intensificado la competencia entre destinos con características similares, lo que exige estrategias diferenciadas de posicionamiento. En este escenario, la calidad digital se convierte en un recurso estratégico para visibilizar atributos, comunicar experiencias, promover prácticas sostenibles y articular a los destinos actores del ecosistema turístico.

Particularmente en el estado de Michoacán, los Pueblos Mágicos representan espacios con alto valor simbólico, cultural y turístico; sin embargo, no se cuenta con suficiente evidencia empírica sistematizada que permita conocer el nivel real de calidad de sus sitios web ni su capacidad para funcionar como herramientas de posicionamiento competitivo y promoción del turismo sostenible. La ausencia de diagnósticos objetivos dificulta la toma de decisiones, el diseño de políticas públicas digitales y la formulación de estrategias orientadas a la mejora continua.

De este modo, el problema central que aborda este trabajo se sitúa en la falta de evaluación integral y cuantitativa de la calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán, lo cual limita la identificación de fronteras, debilidades y áreas de oportunidad en sus entornos digitales. Esta carencia impide dimensionar en qué medida dichas plataformas contribuyen al posicionamiento competitivo de los destinos y a la difusión de principios vinculados con el turismo sostenibles y los ODS.

En consecuencia, surge la necesidad de diseñar y aplicar un modelo de evaluación que permita medir de manera objetiva la calidad digital de los Pueblos Mágicos, aportando evidencia que sirva como base para la el fortalecimiento de sus estrategias digitales, la mejora de la experiencia del visitante y la alineación de sus prácticas con los principios de sostenibilidad y desarrollo local.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán mediante la construcción de un índice general y una serie de índices parciales, con el fin de analizar

su contribución al posicionamiento competitivo de los destinos y su vinculación con los principios del turismo sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar y aplicar un modelo cuantitativo de evaluación que permita medir de manera objetiva la calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán, a partir de dimensiones comunicativas, técnicas, persuasivas y relacionales.
- Construir un índice general de calidad web y un conjunto de índices parciales que sintetizen la información obtenida de las páginas oficiales de los destinos turísticos analizados.
- Identificar fortalezas y debilidades en los sitios web de los Pueblos Mágicos, considerando aspectos relacionados con contenidos, usabilidad, accesibilidad, imagen de marca, interactividad y posicionamiento digital.
- Analizar el nivel de posicionamiento digital de los Pueblos Mágicos de Michoacán con base en los resultados obtenidos del índice de calidad web.
- Interpretar los hallazgos desde el enfoque de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, valorando el potencial de las plataformas digitales como herramientas para la promoción del turismo sostenible y el desarrollo local.
- Proponer líneas estratégicas de mejora digital orientadas al fortalecimiento del posicionamiento competitivo de los Pueblos Mágicos y a la integración de prácticas coherentes con los ODS.

4. HIPÓTESIS

4.1. HIPÓTESIS GENERAL

La calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán se encuentra en un nivel medio o bajo en relación con los estándares óptimos, lo que limita su contribución al posicionamiento competitivo de los destinos y a la promoción del turismo sostenible alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Los aspectos comunicativos de los sitios web de los Pueblos Mágicos presentan deficiencias significativas en la calidad y estructuración de los contenidos, lo que afecta la función informativa y promocional de los destinos.

- Los aspectos técnicos, particularmente la usuabilidad, accesibilidad y arquitectura de la información, muestran niveles inferiores a los deseables para garantizar una experiencia digital eficiente y competitiva.
- Los aspectos persuasivos relacionados con imagen de marca y comercialización digital presentan un desarrollo limitado, reduciendo la capacidad de los sitios web para influir en la decisión del turista.
- Los aspectos relacionales, vinculados con interactividad, web social y comunicación móvil, son los de menor desempeño, restringiendo la vinculación del destino con los usuarios y la construcción de comunidades digitales.
- Un mayor nivel de calidad web se asocia positivamente con un mejor posicionamiento digital de los Pueblos Mágicos y con un mayor potencial para comunicar prácticas de turismo sostenible con los ODS.

5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

5.1. PREGUNTA GENERAL

¿Cuál es el nivel de calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán y de qué manera contribuyen al posicionamiento competitivo de los destinos desde una perspectiva de turismo sostenible y Objetivos de Desarrollo Sostenible?.

5.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿Cuál es el nivel de desempeño de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán en términos de aspectos comunicativos, particularmente en la calidad y cantidad de contenidos, estructura de la página de inicio e idiomas disponibles?.
- ¿En qué medida los sitios web cumplen con criterios de calidad técnica, como arquitectura de la información, usabilidad, accesibilidad y posicionamiento digital?.
- ¿Cómo se caracterizan los aspectos persuasivos de los sitios web en relación con la imagen de marca y las estrategias de comercialización turística?.
- ¿Cuál es el grado de desarrollo de los aspectos relacionales, específicamente en interactividad, web social y comunicación móvil?.
- ¿Cuál es el nivel general de calidad web de los Pueblos Mágicos de Michoacán a partir de la construcción del índice general y los índices parciales?.
- ¿Qué fortalezas, debilidades y áreas de oportunidad se identifican en las plataformas digitales de los destinos evaluados?.

- ¿Cómo pueden interpretarse los resultados obtenidos desde el enfoque de los ODS, particularmente en relación con el turismo sostenible y el posicionamiento competitivo de los pueblos mágicos?.

6. JUSTIFICACIÓN

El fortalecimiento del turismo sostenible se ha convertido en una prioridad para los gobiernos, las instituciones y los gestores de destinos, particularmente en contextos locales que buscan en general de desarrollo económico sin comprometer su patrimonio cultural, social y ambiental. En este marco, los Pueblos Mágicos representan una estrategia clave para el impulso del turismo en México; sin embargo, su consolidación y permanencia en un entorno altamente competitivo dependen, en gran medida, de su capacidad para adaptarse a las dinámicas de la transformación digital.

La presente investigación se justifica, en primer lugar, desde una perspectiva teórica, al aportar un análisis que articula la calidad digital de los destinos turísticos con el turismo sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Si bien existen estudios sobre marketing digital de destinos y evaluación de sitios web turísticos, son aún limitadas las investigaciones que integran de manera explícita el enfoque de los ODS como marco interpretativo para el análisis del posicionamiento competitivo de destinos locales. En este sentido, el presente trabajo contribuye a ampliar la discusión académica sobre la función de los entornos digitales como herramientas para la sostenibilidad y el desarrollo territorial.

Desde el plano metodológico, el estudio propone y aplica un modelo cuantitativo de evaluación de la calidad web que permite construir un índice general y una serie de índices parciales, lo cual constituye una herramienta objetiva y replicable para el diagnóstico de plataformas digitales de destinos turísticos. Este enfoque facilita la comparación entre sitios, la identificación de brechas digitales y el seguimiento de procesos de mejora continua, aspectos relevantes tanto para la investigación como para la gestión pública y privada del turismo.

En términos prácticos y sociales, la investigación adquiere relevancia al ofrecer evidencia empírica sobre el estado actual de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán, identificando áreas de oportunidad que pueden orientar el diseño de estrategias digitales más efectivas. Los resultados permiten generar insumos para tomadores de decisiones, gestores turísticos y autoridades locales, contribuyendo al fortalecimiento del posicionamiento competitivo, a la mejora de la experiencia del visitante y a la promoción de prácticas alineadas con el turismo sostenible.

Finalmente, la justificación de este artículo se vincula con su pertinencia para la Agenda 2030, al destacar el papel de las tecnologías digitales como catalizadores del desarrollo económico inclusivo, la innovación, la creación de alianzas y la construcción de comunidades más sostenibles. En este sentido, el análisis de la calidad web de los Pueblos Mágicos no sólo responde a una necesidad académica, sino también un compromiso con la generación de conocimiento orientado a la transformación territorial y al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

7. MARCO TEÓRICO

7.1. TURISMO SOSTENIBLE Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

El concepto de turismo sostenible se fundamenta en la necesidad de equilibrar el crecimiento económico, la preservación ambiental y el bienestar social en los destinos turísticos. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, [OMT], (2015), el turismo sostenible es aquel que considera plenamente sus impactos económicos, sociales y ambientales, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas. Este enfoque se alinea directamente con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la cual establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) orientados a erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad.

En el ámbito turístico, los ODS representan un marco estratégico para orientar políticas públicas, modelos de gestión y prácticas empresariales. Particularmente, el ODS 8 promueve el crecimiento económico sostenido y el trabajo decente; el ODS 9 impulsa la innovación y la infraestructura resiliente; el ODS 11 busca el desarrollo de ciudades y comunidades sostenibles; el ODS 12 fomenta patrones responsables de consumo y producción; y el ODS 17 destaca la importancia de las alianzas multisectoriales. En el contexto de los Pueblos Mágicos, estos objetivos se traducen en la necesidad de fortalecer capacidades locales, proteger el patrimonio cultural y natural, e incorporar herramientas tecnológicas que favorezcan un turismo sostenible responsable e inclusivo.

Diversos autores sostienen que el turismo sostenible no depende únicamente de la gestión financiera del territorio, sino también de la forma en que los destinos se planifican, se comunican y se posicionan frente a los mercados turísticos (Bramwell & Lane, 1993; Weaver, 2006). En este sentido, los entornos digitales se convierten en plataformas estratégicas para difundir valores de sostenibilidad, educar al visitante y fundamentar comportamientos responsables, reforzando el papel de la calidad web como un componente clave en la gestión sostenible de los destinos turísticos.

7.2. TURISMO, DESARROLLO LOCAL Y PUEBLOS MÁGICOS

Desde una perspectiva de desarrollo territorial, el turismo ha sido reconocido como un motor capaz de dinamizar economías locales, fortalecer identidades culturales y promover procesos de revalorización del patrimonio.(Hiernaux-Nicolás et al., 2002). En México, el programa Pueblos Mágicos, impulsado por la Secretaría de Turismo(Secretaría de turismo, 2014), se orienta a diversificar la oferta turística nacional mediante la puesta en valor de localidades con atributos históricos, culturales y simbólicos.

No obstante, diversos estudios señalan que la consolidación de destinos locales exige estrategias integrales que trasciendan la promoción tradicional e incorporen criterios de sostenibilidad, competitividad e innovación(Bringas et al., 2004; Weaver, 2006). En este escenario, la dimensión digital adquiere una importancia estratégica, ya que permite ampliar la visibilidad de los destinos, fortalecer su imagen y articular redes de promoción y colaboración.

En el caso de los Pueblos Mágicos, la calidad de sus plataformas digitales se convierte en un recurso clave para proyectar identidad, comunicar experiencias y posicionarse frente a otros destinos con características similares, incidiendo directamente en su competitividad territorial.

7.3. POSICIONAMIENTO COMPETITIVO Y MARKETING DIGITAL DE DESTINOS

El posicionamiento competitivo de un destino turístico se refiere al lugar que este ocupa en la mente de los consumidores en relación con otros destinos, resultado de la percepción de atributos, beneficios y valores diferenciadores (Kotler et al., 2021). En contextos de alta competencia, la construcción de una imagen clara, coherente y atractiva se convierte en un factor decisivo para influir en la elección del destino.

Con la expansión de las tecnologías de la información, el marketing digital se ha consolidado como un componente central en la gestión turística. (Xiang & Gretzel 2010) Destacan que los entornos digitales han transformado los procesos de búsqueda de información, planificación del viaje y evaluación de destinos, situando a los sitios web oficiales como el primer punto de contacto entre turistas y territorios.

Desde esta perspectiva, la presencia digital no solo cumple una función informativa, sino que actúa como un instrumento estratégico para la construcción de marca, la diferenciación competitiva y la promoción de experiencias turísticas alineadas con valores de sostenibilidad.

7.4. CALIDAD WEB EN DESTINOS TURÍSTICOS

La calidad web se concibe como un constructo multidimensional que integra componentes técnicos, comunitarios, persuasivos y relacionales. Investigaciones en el ámbito del turismo han demostrado que la calidad de los sitios web influye significativamente en la satisfacción del usuario, la confianza en el destino y la intención de visita (Law et al., 2010).

Fernández-Cavia et al. (2014) proponen que la evaluación de sitios web oficiales de destinos turísticos debe considerar variables como la calidad del contenido, la arquitectura de la información, la usabilidad, la accesibilidad, la imagen visual y los mecanismos de interacción. Estas dimensiones permiten diagnosticar el nivel de madurez digital de los destinos y su capacidad para responder a las expectativas del turista contemporáneo.

En este contexto, la calidad web adquiere un valor estratégico para los destinos locales, ya que constituye una herramienta clave para comunicar su propuesta de valor, fortalecer su posicionamiento competitivo y difundir prácticas coherentes con el turismo sostenible.

7.5. TRANSFORMACIÓN DIGITAL, TURISMO Y SOSTENIBILIDAD

La transformación digital del turismo implica la integración de tecnologías en los procesos de gestión, promoción y experiencia del visitante. Buhalis & Amaranggana (2015) señalan que los destinos turísticos inteligentes incorporan tecnologías digitales para mejorar la competitividad, la sostenibilidad, y la calidad de vida de las comunidades locales.

Desde este enfoque, la calidad web no es un elemento aislado, sino parte de un ecosistema digital que facilita la innovación, la inclusión, la accesibilidad y la comunicación de valores sostenibles. La incorporación de plataformas digitales funcionales, accesibles y estratégicas permite fortalecer la gobernanza turística, impulsar la participación de actores locales y promover experiencias alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que generen modelos de turismo más responsables.

8. METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo-analítico, mediante un diseño no experimental y de corte transversal, orientado a evaluar la calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos del estado de Michoacán.

La unidad de análisis estuvo constituida por los sitios web oficiales de los Pueblos Mágicos de Michoacán, vigentes durante el periodo de levantamiento de la información, realizado en el verano de 2024. Se consideraron únicamente portales con función institucional o turística de promoción del destino.

Se diseñó un modelo propio de evaluación de calidad web, sustentado en una revisión bibliográfica especializada en evaluación de sitios turísticos, y basado en un cuestionario de evaluación de páginas web orientadas al turismo rural utilizado en España y validado por académicos.

En el modelo se estructuraron cuatro dimensiones:

- *Aspectos comunicativos*: página de inicio, calidad y cantidad de contenidos, claridad de la información, idiomas disponibles.
- *Aspectos técnicos*: arquitectura de la información, usabilidad, accesibilidad y posicionamiento.
- *Aspectos persuasivos*: imagen de marca, identidad visual y comercialización turística.
- *Aspectos relacionales*: interactividad, web social y comunicación móvil.

Cada dimensión se integró por un conjunto de parámetros e indicadores observables, evaluados mediante escalas nominales (0-1) e intervalares (0-3).

Con base en los resultados de los indicadores, se construyeron: un Índice General de Calidad Web y cuatro índices parciales correspondientes a cada dimensión.

Para cada parámetro se obtuvo un promedio, posteriormente un promedio por dimensión y finalmente un puntaje global, el cual fue contrastado con una puntuación máxima teórica para determinar el nivel de calidad web y posicionamiento digital de cada destino.

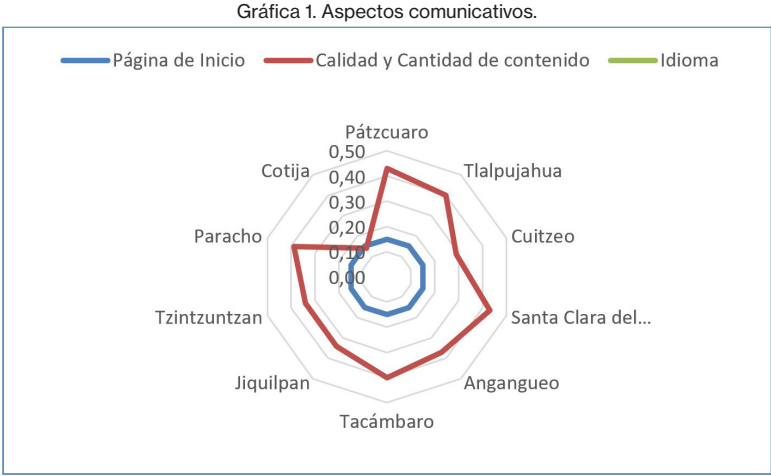
La recolección se realizó mediante análisis de contenido estructurado, a partir de la observación directa de los sitios web y el registro en cédulas de evaluación.

Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva, obteniendo promedios por dimensión, niveles de desempeño y análisis comparativos entre destinos.

9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación del modelo de evaluación de calidad web evidencian diferencias significativas en el desempeño digital de los Pueblos Mágicos de Michoacán, así como una tendencia general hacia niveles de calidad inferiores al estándar óptimo, lo que confirma la existencia de importantes áreas de oportunidad en la gestión digital de los destinos.

En los aspectos comunicativos (gráfica 1) los resultados reflejan un desempeño heterogéneo entre los destinos. Algunos Pueblos Mágicos presentan mayores niveles de desarrollo en cuanto a estructura de la página de inicio, disponibilidad de información básica y claridad en la presentación de atractivos turísticos. No obstante, en términos generales, se identifican debilidades en la profundidad y actualización de contenidos, así como en la incorporación de idiomas adicionales, lo que limita el alcance hacia mercados internacionales.

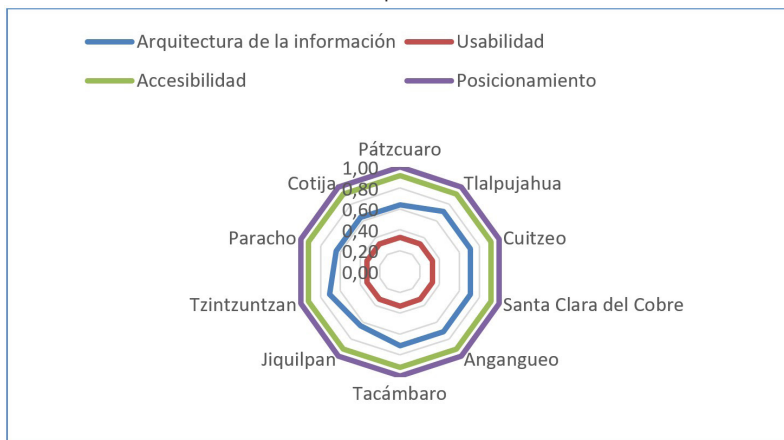


Fuente: Elaboración propia, con los resultados obtenidos.

Asimismo, se detecta una tendencia a privilegiar información descriptiva básica, en detrimento de contenidos estratégicos como propuestas de valor diferenciadas, narrativas de identidad local, rutas temáticas o información orientada a la experiencia del visitante. Desde una perspectiva de posicionamiento competitivo, esta limitación reduce la capacidad de los sitios para construir una imagen sólida del destino y para comunicar atributos vinculados con sostenibilidad, cultura e innovación.

Respecto a los aspectos técnicos (gráfica 2), se evidencia que la mayoría de los sitios presentan problemas de arquitectura de la información, usabilidad y accesibilidad, lo cual repercute negativamente en la experiencia del usuario. Se observan estructuras poco intuitivas, tiempos de carga variables, deficiencias en la adaptación a dispositivos móviles y ausencia de criterios básicos de accesibilidad universal.

Gráfica 2. Aspectos técnicos.



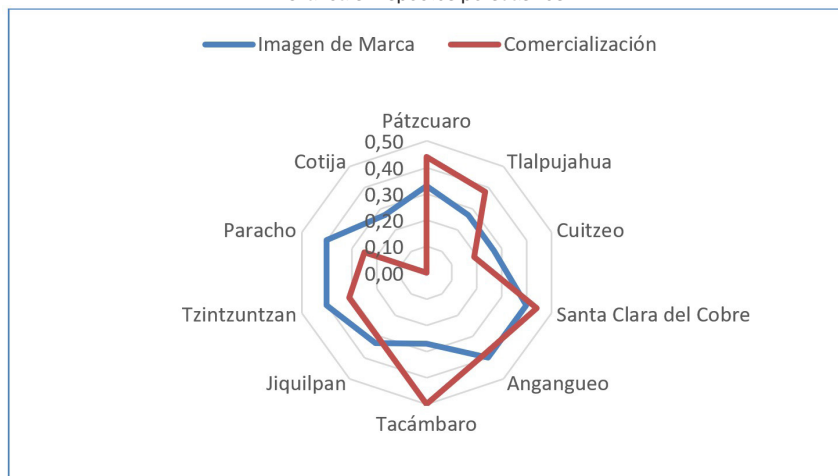
Fuente: Elaboración propia, con los resultados obtenidos.

Estas carencias afectan no sólo la permanencia del usuario en el sitio, sino también su posicionamiento en motores de búsqueda, disminuyendo la visibilidad digital de los destinos. Desde la perspectiva de la transformación digital del turismo, estos hallazgos sugieren que los Pueblos Mágicos no están capitalizando plenamente las plataformas digitales como herramientas para optimizar procesos de comunicación, comercialización y gestión del conocimiento turístico.

En los aspectos persuasivos, los hallazgos muestran un desarrollo desigual de la imagen de marca y escasa integración de estrategias de comercialización digital y bajo aprovechamiento de recursos visuales, reduciendo la capacidad de los sitios para influir en la decisión de viaje.

Esta situación limita la función de los sitios web como instrumentos para influir en la decisión de viaje y construir una propuesta de valor diferenciada. Desde el enfoque del marketing de destinos, la ausencia de una identidad visual sólida y de estrategias persuasivas coherentes reduce la capacidad de los Pueblos Mágicos para competir en entornos digitales altamente saturados.

Gráfica 3. Aspectos persuasivos.

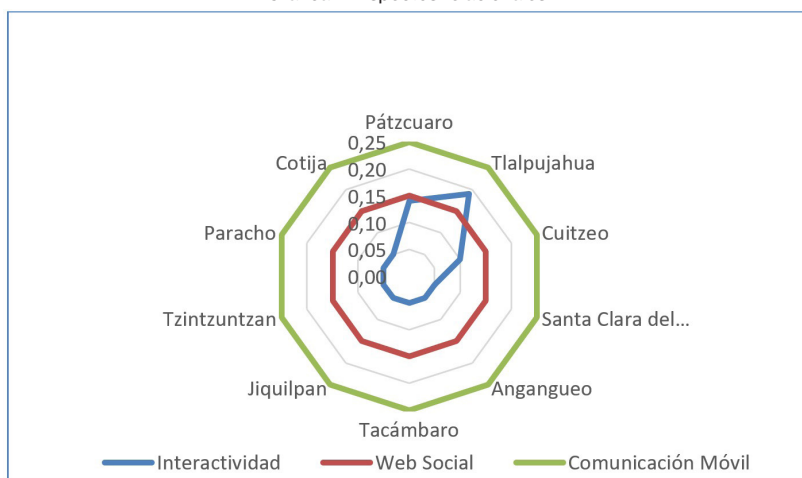


Fuente: Elaboración propia, con los resultados obtenidos.

Finalmente, los aspectos relacionales (gráfica 4) fueron los de menor desempeño, evidenciando una débil incorporación de herramientas de interactividad, web social y comunicación móvil, lo que limita la construcción de comunidades digitales y la vinculación con los usuarios.

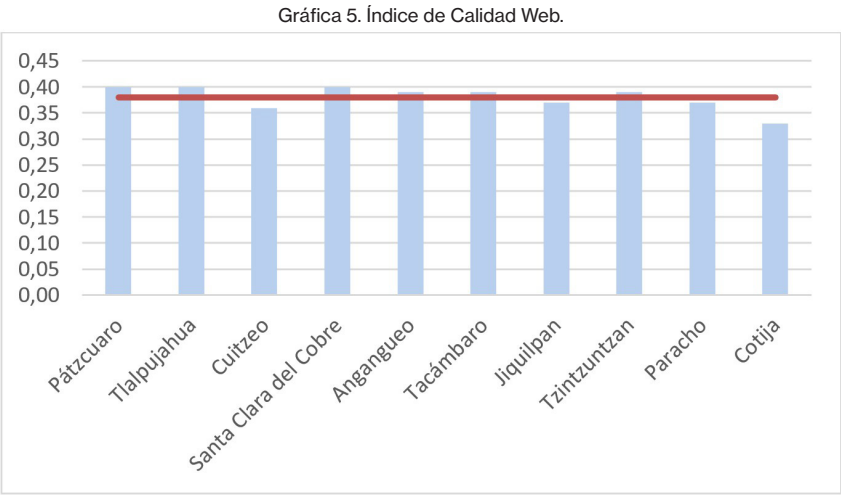
Estos resultados indican que los sitios web funcionan predominantemente como espacios informativos unidireccionales, más que como plataformas relacionales orientadas a la construcción de comunidades digitales, retroalimentación del usuario y fidelización. Esta debilidad restringe el potencial de los entornos digitales para fortalecer la gobernanza turística, la participación de actores locales y la co-creación de experiencias.

Gráfica 4. Aspectos relacionales.



Fuente: Elaboración propia, con los resultados obtenidos.

El Índice General de Calidad Web (gráfica 5) permitió construir un panorama comparativo entre los sitios analizados, mostrando que ninguno alcanza valores al máximo teórico, lo que sugiere que la presencia digital de los Pueblos Mágicos aún se encuentra en una fase de desarrollo intermedia, caracterizada por avances parciales, pero sin considerarse como plataformas estratégicas de promoción, interacción y posicionamiento competitivo.

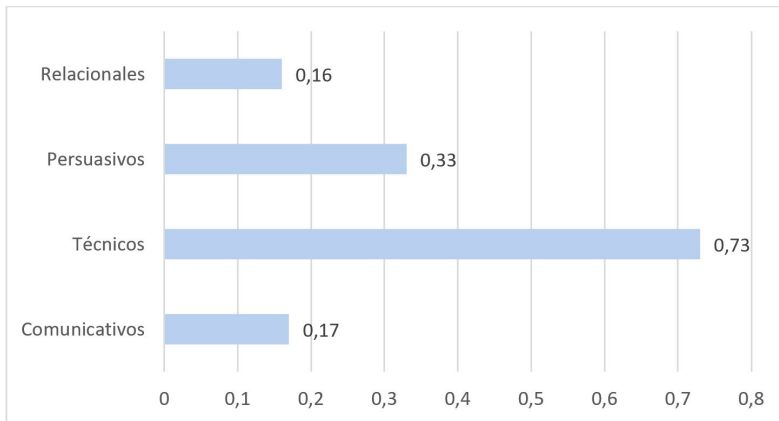


Fuente: Elaboración propia, con los resultados obtenidos.

Desde el enfoque de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, estos resultados sugieren que los entornos digitales aún no están siendo utilizados de forma estratégica para promover turismo responsable, fortalecer la participación local ni visibilizar iniciativas vinculadas con sostenibilidad, innovación y alianzas.

Se identifican debilidades estructurales en los aspectos comunicativos, técnicos, persuasivos y relacionales, lo que limita el potencial de los entornos digitales como herramientas estratégicas para el posicionamiento competitivo, la promoción turística y la comunicación de valores asociados al turismo sostenible. Estos hallazgos confirman la necesidad de transitar de una perspectiva web básica hacia modelos de gestión digital más integrales, orientados a la experiencia del usuario, la interacción y la sostenibilidad. En la gráfica 6 se observa que los aspectos comunicativos y técnicos presentan, en términos generales, promedios ligeramente superiores en comparación con los aspectos persuasivos y relacionales, los cuales registran los valores más bajos. Este comportamiento sugiere que los portales privilegian la función informativa básica como pero muestran debilidades en la construcción de imagen de marca, estrategia de reacción, interactividad y vinculación con los usuarios.

Gráfica 6. Valor promedio de Aspectos.



Fuente: Elaboración propia, con los resultados obtenidos.

10. CONCLUSIONES

La investigación permite concluir que la calidad de los sitios web de los Pueblos Mágicos de Michoacán se sitúa mayoritariamente en niveles medios y bajos, validando la hipótesis general planteada.

La construcción del Índice General de Calidad Web y de los índices parciales posibilitó un diagnóstico integral de la presencia digital de los destinos, evidenciando debilidades estructurales en contenidos, aspectos técnicos, estrategias persuasivas e interactividad.

Se concluye que la calidad digital constituye un factor estratégico del posicionamiento competitivo, y no únicamente un recurso promocional. Asimismo, se reconoce su potencial como herramienta para fortalecer la sostenibilidad turística, siempre que sea alineada con principios de accesibilidad como comunicación responsable e innovación.

BIBLIOGRAFÍA

- Bramwell, B. & Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.1080/09669589309450696>
- Bringas, N. L., Igor, J. & González, I. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California. In *551 Economía, Sociedad y Territorio* (Vol. 15).
- Buhalis, D. & Amaranggana, A. (2015, January). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
- Fernández-Cavia, J., Rovira, C., Díaz-Luque, P. & Cavaller, V. (2014). Web Quality Index (WQI) for official tourist destination websites. Proposal for an assessment system. *Tourism Management Perspectives*, 9, 5–13. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.10.003>

Hiernaux-Nicolás, D., Cordero, A. & Duynen Montijn, L. Van. (2002). *Imaginarios sociales y turismo sostenible* (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLASCO), Ed.).

Law, R., Qi, S. & Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research. *Tourism Management*, 31(3), 297–313. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.11.007>

Organización de las Naciones Unidas. (2015). *La Agenda para el Desarrollo Sostenible*.

Organización Mundial del Turismo. (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*.

Secretaría de turismo. (2014). *Programa Pueblos Mágicos*. Gobierno de México.

Weaver, D. B. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice* (Routledge, Ed.).

Xiang, Z. & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>

SOBRE LOS ORGANIZADORES



Teodoro Reyes Fong. Doctor en Ciencias Económico Empresariales por la Universidad de Cantabria (Santander, España). Profesor Investigador de tiempo completo, perfil deseable PRODEP y miembro del SNII de la SECIHTI. Líneas de investigación: Eficiencia y productividad de las organizaciones, sistemas de control de gestión y gestión de empresa familiar.



Dr. Juan Flores Preciado. Profesor Investigador de tiempo completo, Licenciado en Administración, Contador Público, Maestro en Administración en la Facultad de Contabilidad y Administración de la Universidad de Colima, Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí México. Diplomados en: Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión organizado por la OEA-NAFIN y la Facultad de Economía de la Universidad de Colima, Opinión Pública en la Facultad de Letras y Comunicación de

la Misma Institución, Finanzas en el ITESM (Campus Colima) y Administration, Droit et Marketing en Université Du Québec À Montreal. Es docente desde 1981 en el nivel de Licenciatura, Maestría y Doctorado. Sus líneas de investigación son: Pymes, Empresas familiares, finanzas y metodología de la investigación.



Dra. Ana Isabel Ordóñez Parada. Profesora Investigador de tiempo completo, Licenciado en Informática, Maestro en Administración en la Facultad de Contabilidad y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Investigadora en el SIN Nivel I, Integrante del Cuerpo Académico Consolidado UACH-Ca-53 "Administración, Estrategia y Sociedad". Certificado en Informática ante ANFECA. Arbitro de revista Arbitrada Tecnociencia, consejera Nacional Revista Excelencia Administrativa, Diplomado en administración de la información asistida por computadora, Diplomado procesos de intervención para

una docencia centrada en el aprendizaje, Diplomado en formación docente en modalidades no convencionales, diplomado en responsabilidad social, Empresarial, diplomado derechos humanos e igualdad de género, Docente desde 1995 en el nivel de Licenciatura, Maestría y Doctorado. Líneas de investigación son: estrategia, educación y sociedad.



Rodolfo Antonio Mejía Villaseñor. Profesor de Tiempo Completo de la Universidad de Colima en el área de la Enseñanza de las Matemáticas, con formación como Licenciado en Educación Media Superior Especializado en Matemáticas; con estudios de posgrados como Maestro en Educación y Doctor en Gerencia y Políticas Educativas.

ÍNDICE REMISSIVO

A

AHP 43, 49, 57

Ambiente laboral 76, 88, 90, 92, 93, 94, 95, 98, 99, 100, 101, 102

Atractivos turísticos 115, 121, 122, 124, 125, 126, 128, 129, 130, 132

C

Calidad web 104, 108, 109, 110, 111, 113, 114, 118, 119

Capital humano 20, 21, 26, 35, 36, 37, 39, 40, 41

Ciberseguridad bancaria 1, 9

Ciudad de Morelia 121, 122, 124, 125, 126, 129, 130

Clonación de tarjetas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 16

Competitividad operativa 43, 46

D

Desarrollo regional 20, 21, 40

E

Entropía de Shannon 43, 44, 48, 50

F

Fraude cibernético 1, 6, 16, 17

G

Gobernanza corporativa 43, 45

Grupo generacional 74, 76, 83, 85, 86

I

Identidad cultural 20, 31

Índice compuesto 43, 44, 46, 49, 52, 53, 55

Infraestructura 9, 20, 21, 26, 29, 31, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 48, 50, 51, 52, 53, 63, 106, 111

Inversión extranjera directa 35, 36, 37, 38, 42

L

Logística 35, 36, 37, 38, 40, 41

M

Marketing 110, 112, 116, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133

Métodos multicriterio 43, 47, 56

Modelo circular 59, 60, 64

Modelo lineal 59, 60

Motivación en el trabajo 88

N

Nearshoring 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42

Nivel socioeconómico 6, 74, 79, 83, 85, 86

P

PEMEX 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57

Posicionamiento digital 104, 108, 109, 114

Producción 46, 48, 50, 51, 52, 54, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 69, 89, 92, 106, 111

Productividad 63, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102

Pueblos Mágicos 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 120

R

Robo de identidad bancaria 1, 7, 16

S

Satisfacción laboral 4, 6, 48, 50, 51, 52, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 100, 102, 103

Sostenibilidad 20, 21, 22, 23, 31, 32, 33, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 53, 54, 55, 56, 57, 62, 68, 71, 104, 105, 107, 110, 111, 112, 113, 115, 118, 119

Sostenibilidad energética 43, 45

T

Tarjetas de crédito 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

T-MEC 35, 36, 37, 40, 41, 42

TOPSIS 43, 44, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 54, 55

Turismo 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 125, 126, 129, 130, 131, 132, 133

Turismo sostenible 30, 31, 32, 104, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 113, 118, 120

En un entorno caracterizado por la transformación digital, la globalización de los mercados, la creciente incertidumbre económica y la necesidad de construir organizaciones más competitivas y sostenibles, el análisis científico de los fenómenos económicos y administrativos adquiere una relevancia estratégica para comprender los desafíos que enfrentan las empresas y la sociedad contemporánea.

Perspectivas contemporáneas reúne investigaciones sobre finanzas, economía, competitividad, MiPyMEs, relaciones laborales, turismo y marketing digital, ofreciendo evidencia empírica y propuestas para investigadores, estudiantes y profesionales.

Como resultado, esta obra no solo documenta investigaciones relevantes sobre problemáticas actuales, sino que también fomenta el pensamiento crítico y el diálogo interdisciplinario entre la academia, el sector empresarial y las instituciones públicas. Las reflexiones y hallazgos presentados constituyen un referente para el diseño de estrategias orientadas al fortalecimiento de la competitividad, la innovación y el desarrollo sostenible, contribuyendo a la generación de soluciones que respondan a las exigencias de un entorno económico y social en constante transformación.