

El turismo inteligente en el centro histórico de Morelia y la necesidad de priorizar la accesibilidad para residentes y turistas

Smart tourism in the historic center of Morelia and the need to prioritize accessibility for residents and tourists

Kenitay Solorio Pompa^{1*}
José Odón García García^{2†}

Resumen

El turismo inteligente busca el beneficio para el residente del destino y para el turista, guiado por los pilares de gobernanza, sostenibilidad, innovación, tecnología y accesibilidad. La presente investigación recoge la percepción de las organizaciones turísticas del centro histórico de Morelia sobre los factores mencionados, en el que se destaca el estado incipiente del turismo inteligente, especialmente en lo referente a la accesibilidad. Aspectos como la infraestructura física y la priorización del turismo accesible son clave para incrementar la calidad de vida de los residentes y representan un área de oportunidad para el sector empresarial turístico de la ciudad.

Palabras clave: accesibilidad, Morelia, organizaciones turísticas, turismo accesible, turismo inteligente

Códigos JEL: J14, R11, Z32

Abstract

Smart tourism seeks to benefit both residents of the destination and tourists, guided by the pillars: governance, sustainability, innovation, technology, and accessibility. This research gathers the perception of tourism organizations in the historic center of Morelia regarding the aforementioned factors, highlighting the incipient state of smart tourism, especially in relation to accessibility. Aspects such as physical infrastructure and the prioritization of accessible tourism are key to increasing the quality of life of residents and represent a business opportunity for tourism companies in the city.

Key words: accessibility, Morelia, tourism organizations, accessible tourism, smart tourism

¹ Doctorante en Ciencias del Desarrollo Regional, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico: 1838150h@umich.mx, ORCID 0009-0004-1110-3256

² Profesor-Investigador, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico: odon.garcia@umich.mx, ORCID 0000-0002-3830-3475

* Autor de correspondencia: 1838150h@umich.mx

Introducción

La aportación que realiza la actividad turística para la ciudad capital de Michoacán radica en la diversidad de empleos que se generan, toda vez que la gama de servicios para el turista ha configurado un engranaje con grandes posibilidades para los emprendedores que buscan innovar en esta actividad. El turismo enlazado al desarrollo debería favorecer al turista al tiempo que mejora las condiciones del destino para los residentes; este aspecto ha sido analizado por muchos autores y desde diversas perspectivas, pero difícilmente se han llevado a la práctica de manera tan exitosa como el turismo inteligente, mismo que ha ido mejorando en su concepción y lineamientos.

De este modo, es válido plantear como pregunta de investigación ¿qué componente del turismo inteligente debe ser atendido de manera más prioritaria para incrementar tanto el número de turistas hacia Morelia como la calidad de vida de los residentes?

Para responder al cuestionamiento, se hace pertinente redactar cinco hipótesis, al ser el mismo número de componentes que forman al turismo inteligente:

H₁: La gobernanza debe ser atendida de manera más prioritaria para incrementar tanto el número de turistas hacia Morelia como la calidad de vida de los residentes.

H₂: La sostenibilidad debe ser atendida de manera más prioritaria para incrementar tanto el número de turistas hacia Morelia como la calidad de vida de los residentes.

H₃: La innovación debe ser atendida de manera más prioritaria para incrementar tanto el número de turistas hacia Morelia como la calidad de vida de los residentes.

H₄: La tecnología debe ser atendida de manera más prioritaria para incrementar tanto el número de turistas hacia Morelia como la calidad de vida de los residentes.

H₅: La accesibilidad debe ser atendida de manera más prioritaria para incrementar tanto el número de turistas hacia Morelia como la calidad de vida de los residentes.

La presente investigación se basa en la tendencia del denominado turismo inteligente, el cual se ha sustentado en diversos pilares a través de los años, a veces con más indicadores y a veces menos, pero la gobernanza, la sostenibilidad, la innovación, la tecnología y la accesibilidad funcionan como pilares en el modelo aplicable (López de Ávila & García, 2015). Estamos ante los mismos pilares de lo que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) Turismo vislumbra como un destino inteligente y bajo los cuales se recomienda que la Organización de Gestión de Destinos, encargada del espacio turístico en cuestión, deba trabajar (ONU Turismo, 2021).

A primera vista puede pensarse que el turismo inteligente no encaja con los destinos urbanos patrimoniales, pero Calle Lamelas *et al.* (2017) han confirmado las bondades que brinda la monitorización, por ejemplo, para disminuir los costos de conservación del patrimonio; la gestión del patrimonio cultural es la parte neurálgica de la gestión del turismo en los destinos urbanos patrimoniales. Esto se complementa con lo que Hiriart (2022) advierte sobre el vínculo que debe mantenerse entre la gestión turística y la gestión del patrimonio ante el vandalismo y la destrucción patrimonial en los destinos reconocidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), como es el caso del centro histórico de la ciudad de Morelia.

En la primera parte de la investigación se brinda una breve caracterización y problemática del centro histórico de Morelia. Enseguida, el concepto de turismo inteligente que, si bien es nuevo para la ciudad a estudiar, vislumbra los beneficios que pueden devenir en términos del territorio. Posteriormente, se ubican los materiales y métodos, con el enfoque y estructura de la investigación para una mejor comprensión de la secuencia que ha llevado a realizar el trabajo de campo. Se categorizan las organizaciones turísticas y se determina el universo a estudiar para obtener la muestra que proporcione un nivel de confianza alto y un margen de error bajo.

Siguiendo con el desarrollo de la investigación, se tiene el diseño y elaboración del instrumento de investigación por variable, con sus dimensiones e indicadores que dieron pie a los ítems que conformaron dicho instrumento. Con lo anterior se prosigue al trabajo de campo y se presentan las incidencias comenzando con los índices que ha obtenido cada variable y sus dimensiones, lo que conformará la percepción de las organizaciones turísticas del sector público y privado a efecto de visualizar los aspectos del turismo inteligente y en que medida deben ser trabajados, con lo que se dará forma a las conclusiones ubicadas al final de la investigación.

El Centro Histórico de Morelia y su accesibilidad

La ciudad de Morelia carece de una planta industrial significativa, lo que se contrapone con la oferta educativa que abunda y que ha ubicado a la población estudiantil como parte esencial de la demografía. El Instituto Municipal de Planeación (IMPLAN) afirma que la población de la ciudad ha incrementado casi un 35% entre el año 2010 y el 2020, resultando una población de 849,053 habitantes, pero esto incluye a las 14 tenencias que se encuentran rodeando la ciudad y terminan conformando el municipio; en dichas tenencias se distribuyen poco más de 50 mil personas y se tendría un aproximado de 800 mil personas como población de la ciudad. La Población Económicamente Activa (PEA), compuesta por mayores de 15 años con posibilidad de trabajar es el 64.2% de la población y de este porcentaje, el 55% se compone por mujeres y el 45% por hombres. Las unidades económicas ascienden a 41,255, las cuales se distribuyen de la siguiente forma (IMPLAN, 2022):

- a) Sector primario: 3.43%
- b) Sector secundario: 18.95%
- c) Sector terciario: 76.70%
- d) No especificado: 0.92%

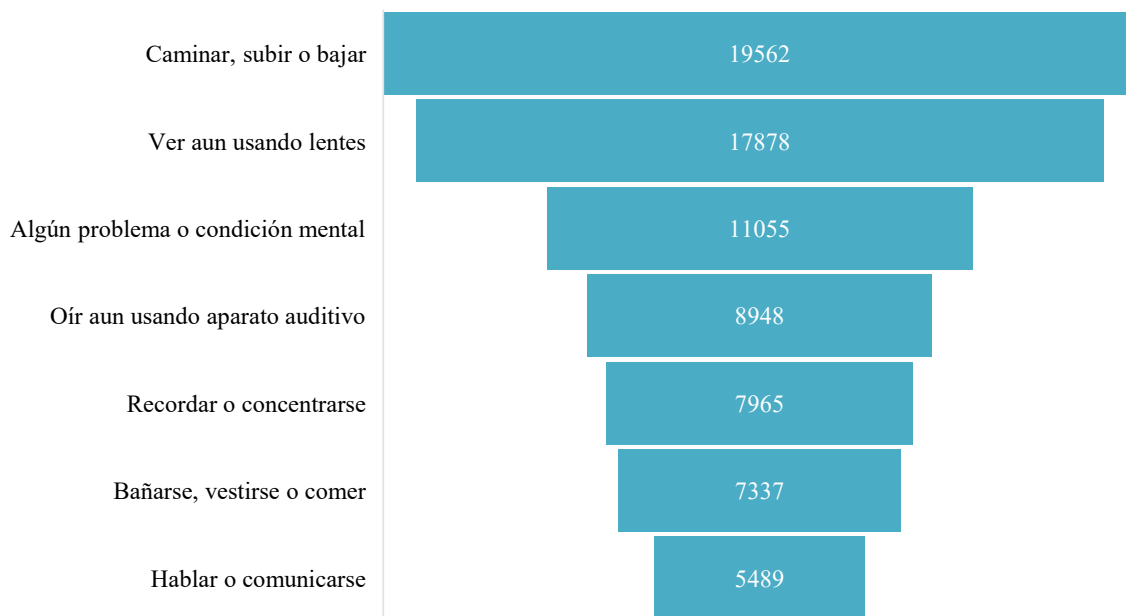
El flujo de visitantes y turistas ubica a Morelia como uno de los más importantes destinos dentro de la Región Centro Occidente conformada por los estados de Jalisco, Colima, Nayarit, Zacatecas, Aguascalientes, San Luis Potosí, Guanajuato y Michoacán. (Secretaría de Turismo, 2025). El segmento de turismo consolidado es el del turismo cultural y el flujo de turistas y visitantes se puede observar a lo largo del año, pero se hace más notable durante el último trimestre, cuando es la temporada de festivales como son el Festival Internacional de Cine, el Festival de Música y el Festival de Órgano, además de los 3 días de mayor afluencia y demanda turística a razón del día de muertos.

El centro histórico de Morelia cuenta con diversos sitios históricos, museos, centros culturales y teatros, así como diversas plazas y jardines, además de una importante variedad en opciones de alojamiento y de restauración, es decir hostelería. A lo anterior, se suman diversas atracciones y experiencias que brindan las

o condición mental, misma que representa el 1.30% y que sumaría el 6.2% del municipio traducido en más de 52 mil habitantes. El número de habitantes por cada categoría en cuanto a la discapacidad o limitación por tipo de actividad y la incorporación de la variable de algún problema o condición mental se presenta a manera de gráfica de embudo haciendo la precisión de que una sola persona puede presentar una o varias condiciones categorizadas (ver Gráfica 1).

Gráfica 1.

Discapacidad o limitación por tipo de actividad o con algún problema o condición mental en la población del municipio de Morelia.



Fuente: Elaboración propia con base en IMPLAN (2025)

El turismo accesible y el modelo de turismo inteligente.

La ONU Turismo (2024) ha mencionado que el turismo accesible tiene el poder de transformar destinos y empresas, generando empleo y mejorando la reputación del destino. Se habla de un segmento con más de 1300 millones de personas con discapacidad (PCD) a nivel mundial y que habitualmente viajan acompañadas con 2 o 3 personas más. A este segmento se pueden sumar los adultos mayores, para quienes la accesibilidad de un destino es decisiva, pues para 2030 se espera que representen poco más del 15% de la población mundial; lo deseable es que todas las personas por igual puedan disfrutar las experiencias turísticas en una mayor cantidad de destinos.

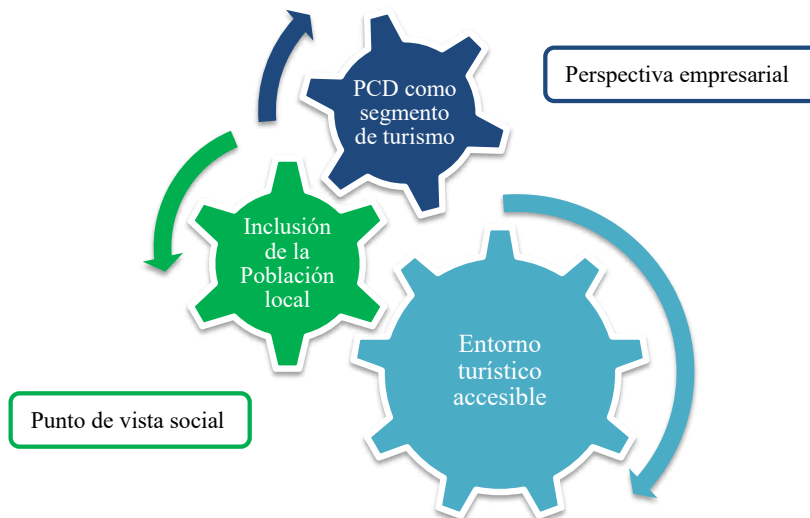
Acorde a Fernández Alles (2009), la estacionalidad es un problema para las organizaciones turísticas, ya que la concentración de los turistas en ciertas épocas del año puede colapsar servicios de hostelería, generando

presión sobre el territorio y problemas diversos entorno a los servicios básicos, no sólo para los turistas sino también para los residentes del destino. La estacionalidad conlleva una infrautilización de los recursos turísticos, por lo que un importante porcentaje del personal relacionado a esta actividad es de tipo eventual y puede no encontrarse profesionalizado. Las PCD pueden contribuir con esta problemática, toda vez que se observa una preferencia a viajar en temporadas bajas, puesto que este segmento poblacional tiene potencialmente mayor disponibilidad y deseo de viajar aunado a la elección del destino con anticipación, previendo las barreras que se presentan para ellos. Un destino turístico accesible debería contar con accesibilidad total en las instalaciones y servicios que componen la oferta turística: oficinas de información turística, hoteles u otras opciones de alojamiento, transporte turístico y público, por consiguiente, las estaciones y puertos, aeropuertos, además de lugares avocados a la restauración y el ocio, como son museos y sitios de interés cultural.

Como lo exponen Jurado Almonte y Fernández Trisancho (2013), un entorno turístico inclusivo promueve la calidad de vida y el bienestar para todas las personas, para lo cual se exigen algunas condiciones técnicas en cuanto a infraestructuras y con respecto a la capacitación de los profesionales del turismo, esencial para fortalecer el sector. El turismo sostenible implica a la dimensión social eliminando las barreras para garantizar el viaje, desde el alojamiento, la transportación local, las experiencias turísticas, el consumo de alimentos y el regreso al lugar de residencia. Lo anterior incluye motivaciones sociales y económicas, pues las instalaciones y servicios, así como los entornos accesibles y el trato adecuado en los establecimientos públicos y privados del sector turístico es determinante para la elección del destino al tiempo de facilitar el acceso universal a diversos sitios y experiencias turísticas a la población local (ver Figura 2).

Figura 2.

Impactos sociales y económicos de la accesibilidad en el turismo.



Fuente: Elaboración propia con base en Jurado Almonte y Fernández Trisancho (2013).

Antes de llegar al turismo inteligente se debe indagar en los antecedentes de la inteligencia territorial, con los más remotos antecedentes en Francia y difundidos en los años 90 hacia países como España, Bélgica y Rumanía (Parrilla-González & Pulido-Fernández, 2017). Acorde a Luque Gil y colaboradores (2015), la inteligencia territorial se apoya en el conocimiento de los recursos para el desarrollo de instrumentos, gestionar la información y mantener una cercanía con las organizaciones implicadas, pero en realidad es un tanto complejo cuando se enfoca, en este caso al turismo, lo que requiere estudios sobre:

- La interoperabilidad de la oferta; estudios sobre el perfil del visitante para generar otras unidades de consumo.
- El componente territorial de los productos turísticos: perfil del destino, los servicios con valor agregado, el marketing, entre otros.
- El comportamiento de visitantes y turistas: el tipo de ocio preferido, la imagen del destino desde la primera hasta la última impresión, el nivel de satisfacción, entre otros.
- Mercados emisores y potenciales, junto con la conectividad disponible por tierra y por aire.
- La capacidad de carga, muy importante para evitar la masificación del turismo.
- La gestión de distintas bases de datos abonando a la toma de decisiones, lo que representa una importante contribución a la gestión del destino.

En realidad, el turismo inteligente es una continuación de la inteligencia territorial, pues Gretzel *et al.* (2015) hacen hincapié en la recopilación de los datos que genera la infraestructura física, la interacción social, las fuentes gubernamentales y otras más, para la generación de herramientas y proyectos de tipo empresarial que puedan abonar a la eficiencia, la sostenibilidad y la satisfacción de turistas y visitantes. En este punto es donde el turismo inteligente puede definirse a través de tres capas:

1. Destinos inteligentes. Espacios turísticos que aplican los principios de ciudad inteligente priorizando la calidad de vida de los residentes, con mejoras en la movilidad, la sostenibilidad y la experiencia turística.
2. Experiencia inteligente. Recursos tecnológicos que deben ser notorios en el que los turistas son participantes activos, ya que son los clientes y protagonistas de la experiencia misma.
3. Empresas inteligentes. Ecosistema de negocios que proporciona las experiencias turísticas con una mejora continua que apunte a la digitalización de los procesos.

Según Calle Lamelas y colaboradores (2017), España se ha tomado en serio el desarrollo del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) desde las instituciones de gobierno, puesto que el Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015 mencionaba a los destinos inteligentes, pero fue con la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) cuando se dio el vínculo entre el sector público y el sector privado. SEGITTUR ha estructurado la promoción y divulgación del turismo inteligente, además de la consultoría y el apoyo técnico del programa de los DTI.

Siguiendo a Ivars Baidal *et al.* (2016), los destinos turísticos que buscan la transición a DTI pueden presentar limitaciones económicas, sociales o técnicas, pero se debe analizar la viabilidad según los recursos disponibles y alcanzables, pudiendo presentarse tres categorías con potencial en distinto grado:

1. Entornos urbanos reconocidos como ciudad inteligente o en vías de lograrlo, para el cual una visión turística proactiva se hace fundamental desde aspectos como la accesibilidad universal y la mejora de la movilidad que ya se encuentran en un estado de madurez importante como para incrementar la calidad de vida del habitante.

2. Los destinos que pueden desarrollar el proyecto por su vocación turística y han priorizado la actividad turística, además cuentan con los recursos económicos que implica el diagnóstico y las distintas etapas para pertenecer a la red de DTI's.
3. Espacios con menor concentración demográfica, económica y turística, pero con recursos turísticos de gran potencial que cuentan con una cooperación supramunicipal y un producto identitario consolidado.

El turismo inteligente se ha concebido como modelo para equilibrar el beneficio de la actividad turística traducido en crecimiento económico y el incremento de la calidad de vida para los habitantes del destino. Este modelo con etapas y lineamientos definidos ha madurado en España para implementarse en otros destinos europeos. Con lo anterior se forma la red DTI, misma que ya cuenta con casos latinoamericanos, como son Arequipa en Perú, Montevideo en Uruguay, Medellín en Colombia y Tequila en México, pero se identifican diversos niveles (diagnóstico, intermedio, avanzado) y se tiene una diferenciación general (SEGITTUR, 2026):

- a) Pertenecer a la Red DTI no supone en sí ostentarse como DTI, sino el compromiso de los destinos por iniciar un proceso guiado con la metodología DTI de la Secretaría de Estado de Turismo y SEGITTUR, lo que implica un proceso de diagnóstico al comienzo.
- b) Un DTI es aquel destino con una puntuación igual o superior al 80% en cuanto a los requisitos expuestos en la metodología DTI, de otro modo se otorga el distintivo de DTI Adherido.

Aguilera-Vega y colaboradores (2025) identificaron que en México persiste una falta de práctica y acercamiento al turismo inteligente, pues no es palpable la innovación tecnológica en la gestión ni en las experiencias turísticas, por lo que la competitividad a nivel regional se encuentra dispersa y se observa en la poca integración de las diversas organizaciones dedicadas al turismo tanto del sector público como del sector privado y regularmente entre las mismas empresas no se tiene una transferencia de conocimientos sobresaliente, por lo que un modelo para el desarrollo del turismo inteligente, en este caso en la región occidente compuesta por Nayarit, Jalisco y Colima, sería una alternativa para incrementar la competitividad en la planta turística empresarial.

Para Alonso *et al.* (2023), una fuerte motivación hacia el DTI es optimizar la experiencia del turista, mediante personalización y la innovación tecnológica, pero también con una planificación más fluida y una movilidad que se encuentre en sintonía con la sostenibilidad; en este sentido también se abona a la conservación del patrimonio cultural y natural, sin olvidar la mejora de la calidad de vida para la comunidad local. En relación a lo anterior, en 2012 la Secretaría de Turismo de México buscó revalorizar los destinos turísticos acorde a los lineamientos de SEGITTUR, por lo que se considera el primer país no europeo que buscaba la implementación de un modelo de turismo inteligente que se ha cristalizado con los casos de Tequila, Jalisco y la Isla de Cozumel en Quintana Roo, pertenecientes a la Red DTI.

La implementación de DTI en México ha tenido un impacto positivo en la economía local, notorio en el nivel de empleos relacionados a la hostelería, la restauración y el comercio de bienes y servicios, pero también una mayor preservación del medio ambiente, mejoras en la infraestructura y la accesibilidad. Para lograr estos resultados se hace imperante una colaboración estrecha entre el sector público y privado, lo que fortalece la gobernanza en el sector turístico en aras de lograr políticas y acciones que beneficien tanto a población local como al turista (Alonso *et al.*, 2023).

Materiales y métodos

El modelo DTI se ha encargado de homogenizar los parámetros con los pilares mencionados anteriormente, los cuales funcionan como variables independientes de la presente investigación, siendo turismo inteligente la variable dependiente. El estudio es descriptivo transversal, ya que se vislumbra un estado muy incipiente de turismo inteligente para el caso de Morelia y se puede convertir en un ejercicio que defina mejoras en cada dimensión que compone cada variable independiente.

La presente investigación es de campo y, previa revisión de la literatura, se midieron las variables a partir de un instrumento de investigación diseñado para recabar las percepciones con respecto a los componentes del turismo inteligente. Cabe mencionar que los encuestados son actores del sector turístico pertenecientes a diversas organizaciones turísticas ubicadas en el centro histórico de Morelia, para lo cual se optó por un cuestionario con escala tipo Likert³, con seis reactivos o indicadores que miden cada variable independiente, y estos se agrupan en tres dimensiones. El resultado es un total de 30 reactivos, cuya escala va del 1 al 5 (ver Tabla 1).

Tabla 1. Variables y dimensiones del instrumento de investigación.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Número ítem
Gobernanza	Gestión del turismo	Priorización del turismo	1
		Experiencia turística	2
	Colaboración público- privada	Planes estratégicos	3
		Formación de capital humano	4
	Gobernabilidad	Percepción ciudadana	5
		Relación con organizaciones civiles	6
Sostenibilidad	Medioambiental	Gestión de residuos sólidos	7
		Transporte público sostenible	8
	Sociocultural	Prácticas sostenibles	9
		Respeto al patrimonio cultural	10
	Económica	Empleo sostenible	11
		Desarrollo en área patrimonial	12
Innovación	Comercialización y marketing	Comercialización innovadora	13
		Eficacia de redes sociales	14
	Ecosistema emprendedor- innovador	Apoyo a Pymes	15
		Emprendimientos basados en TIC	16
	Oferta y atención turística	Innovación de productos turísticos	17
		Oficinas inteligentes para atención	18

³ Como menciona Hernández y colaboradores (2018), fue dada a conocer por Rensis Likert hace casi 100 años. Se trata de afirmaciones con las que el interlocutor se identifica más y selecciona una opción disponible entre una escala de respuestas. Al finalizar el cuestionario la percepción se traduce en una medición de la(s) variable(s) estudiada(s).

Tecnología	Conectividad a Internet	Wi Fi en plazas y espacios públicos	19
		Wi Fi en espacios cerrados	20
	Sensorización y monitoreo	Sensores inteligentes	21
		Monitoreo para seguridad	22
Digitalización e Inteligencia	Digitalización de empresas	23	
	Inteligencia turística	24	
Accesibilidad	Infraestructura física	Señalética y movilidad	25
		Transporte público accesible	26
	Priorización de la accesibilidad	Atractivos turísticos accesibles	27
		Capacitación para atender PCD	28
	Servicios turísticos accesibles	Recursos informativos para PCD	29
		Recorridos turísticos accesibles	30

Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, el instrumento requiere una prueba de fiabilidad y de consistencia interna, regularmente hecho con una prueba piloto, lo que se realizó en el siguiente apartado al hacerse pertinente. Para este tipo de prueba se revisan los coeficientes de medición, mismos que se encuentran entre cero y uno, donde el cero apuntaría a una nula confiabilidad y el uno es la fiabilidad total como sucede con el Alfa de Cronbach (Hernández *et al.*, 2018). Para conformar el universo de las organizaciones turísticas públicas y privadas se conformaron grupos por afinidad que de igual manera se detallan en el siguiente apartado.

Universo y muestra

Se analizaron y categorizaron las organizaciones que participan directamente del turismo en el centro histórico de Morelia, México que, para efectos de la presente investigación, se denominan organizaciones turísticas. El universo se integra con las mencionadas organizaciones de tipo privado y las dependencias de gobierno municipal enlazadas al sector turístico:

1. Asociaciones civiles
2. Dependencias de gobierno municipal
3. Transportadoras turísticas
4. Agencias de viajes
5. Hoteles
6. Hostales
7. Museos
8. Atracciones culturales
9. Teatros
10. Centros culturales
11. Cafeterías
12. Restaurantes
13. Bares

A continuación, se realizó la prueba piloto aplicando el cuestionario a 30 personas pertenecientes a distintas organizaciones turísticas del centro histórico de Morelia, el Alfa de Cronbach se calculó con el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS por sus siglas en inglés) arrojando 0.840, lo que se considera bueno. A lo anterior se suma el hecho de que no existió una variación importante del coeficiente en la totalidad de ítems en el caso de que se suprimiera alguno y se puede proceder al trabajo de campo según la muestra que se calcula en el siguiente apartado (ver Tabla 2 y Tabla 3).

Tabla 2.

Prueba piloto: alfa de Cronbach

	Prueba piloto	N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,840	30

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

Tabla 3.

Prueba piloto: estadísticos y alfa de Cronbach de los indicadores.

Variable	Indicador	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Gobernanza	Priorización del turismo	97,83	159,040	,726	,824
	Experiencia turística	97,57	172,461	,201	,839
	Planes estratégicos	98,00	174,276	,181	,839
	Formación de capital humano	98,17	160,489	,569	,828
	Percepción ciudadana	98,03	164,654	,513	,830
	Relación con organizaciones civiles	98,40	172,248	,220	,839
Sostenibilidad	Gestión de residuos sólidos	98,67	163,678	,460	,831
	Transporte público sostenible	98,40	173,628	,139	,841
	Prácticas sostenibles	97,87	170,740	,287	,837
	Respeto al patrimonio cultural	98,13	174,257	,092	,844
	Empleo sostenible	98,33	168,782	,336	,835
	Desarrollo en área patrimonial	97,87	166,533	,428	,833
Innovación	Comercialización innovadora	97,90	170,990	,245	,838
	Eficacia de redes sociales	97,27	164,133	,474	,831
	Apoyo a Pymes	97,90	163,817	,507	,830
	Emprendimientos basados en TIC	98,10	174,300	,209	,838
	Innovación de productos turísticos	97,63	172,930	,195	,839
	Oficinas inteligentes para atención	98,57	171,151	,254	,838

Tecnología	Wi Fi en plazas y espacios públicos	97,90	166,369	,425	,833
	Wi Fi en espacios cerrados	96,80	172,855	,341	,836
	Sensores inteligentes	97,93	172,547	,210	,839
	Monitoreo para seguridad	97,50	174,397	,117	,842
	Digitalización de empresas	97,40	174,938	,135	,840
	Inteligencia turística	98,27	174,961	,129	,841
Accesibilidad	Señalética y movilidad	98,13	171,292	,213	,839
	Transporte público accesible	99,50	173,776	,202	,839
	Atractivos turísticos accesibles	98,03	164,516	,519	,830
	Capacitación para atender PCD	98,53	165,154	,459	,832
	Recursos informativos para PCD	99,00	165,448	,564	,830
	Recorridos turísticos accesibles	98,73	173,926	,142	,841

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

La muestra con la que se debe trabajar en esta investigación se ha obtenido mediante el sitio *NetQuest*, que explica su cálculo con el teorema central del límite basado en la distribución de la probabilidad de los tamaños de muestra, los cuales terminarán coincidiendo con la media de la población original (μ). En esta tesis, la desviación de dicha distribución es igual a la desviación original (σ) y se divide por \sqrt{n} . Por consiguiente, si la muestra es más grande se vuelve más precisa la estimación. En este teorema se sabe que la población original no se distribuye de forma Normal, pero las medias de las muestras sí lo hacen (NetQuest, 2024).

La tendencia de una distribución Normal es concentrarse en torno a la media, y para el 95% de los casos, la media se ubicará en un intervalo $\mu \pm 1.96 \sigma / \sqrt{n}$, lo que se denomina nivel de confianza y es el utilizado para la presente investigación. El número Z-score es una propiedad de la distribución Normal y entonces la probabilidad de que la media (m) observada en la muestra se encuentre entre el intervalo definido por μ menos el margen de error ($ZNC \sigma / \sqrt{n}$) y la μ más $ZNC \sigma / \sqrt{n}$ es equivalente al Nivel de Confianza (NC) (NetQuest, 2024):

$$\text{Probabilidad } (\mu - ZNC \sigma / \sqrt{n} < m < \mu + ZNC \sigma / \sqrt{n}) = NC$$

Para un 95% de nivel de confianza con 5% de margen de error, el cálculo ha resultado en 195 organizaciones turísticas de 392. La muestra consta de grupos para simplificar su lectura y segmentación, toda vez que existe afinidad en cuanto a la actividad que desempeñan o, en otro caso, representan un número pequeño. El muestreo fue por conveniencia y se implicó a la totalidad de segmentos (ver Tabla 4).

Tabla 4.

Morelia: universo y muestra de las organizaciones turísticas.

Organizaciones turísticas	Universo	Muestra
Asociaciones y dependencias de gobierno municipal	26	15
Transportadoras turísticas y agencias de viajes	46	28
Hoteles y hostales	66	33
Museos y atracciones culturales	11	8
Teatros y centros culturales	15	6
Cafeterías	69	33
Restaurantes	97	43
Bares	62	29
Total	392	195

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2024); INEGI (2024); Ayuntamiento de Morelia (2024).

Trabajo de campo

El trabajo de campo en el centro histórico de Morelia se ha podido realizar sin inconveniente alguno y se alcanzó el número de 195 encuestas de manera presencial a los servidores turísticos involucrados en las organizaciones turísticas tanto del sector público como del sector privado. Se presentan primeramente las medidas de dispersión como son la media, la desviación estándar y la varianza por indicador de cada variable (ver Tabla 5).

Lo que se realizó posteriormente fue la media de cada variable a partir de la media de los 6 indicadores que las componen y después, con la media de las 5 variables se obtiene el índice de turismo inteligente. Con respecto de las variables independientes se expone lo correspondiente a sus 3 dimensiones y el índice por variable, recalcando que cada dimensión se forma con 2 indicadores, por lo que se tienen 6 indicadores por variable.

Tabla 5.

Morelia: media, desviación estándar y varianza por indicador.

Variable	Indicador	Media	Desviación estándar	Varianza
Gobernanza	Priorización del turismo	3.33	0.967	0.935
	Experiencia turística	3.41	0.944	0.892
	Planes estratégicos	3.1	0.902	0.814
	Formación de capital humano	2.85	1.109	1.23
	Percepción ciudadana	2.73	0.974	0.949
	Relación con organizaciones civiles	2.82	0.933	0.87

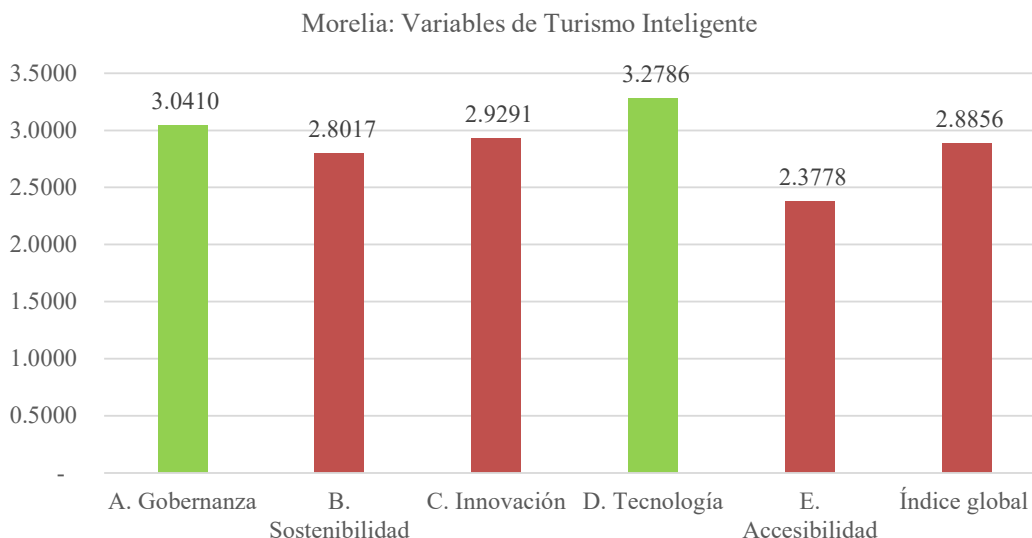
Sostenibilidad	Gestión de residuos sólidos	2.31	1.098	1.206
	Transporte público sostenible	2.71	1.098	1.206
	Prácticas sostenibles	3.14	0.902	0.814
	Respeto al patrimonio cultural	2.86	1.124	1.264
	Empleo sostenible	2.59	0.95	0.902
	Desarrollo en área patrimonial	3.18	0.977	0.955
Innovación	Comercialización innovadora	3.03	1.025	1.051
	Eficacia de redes sociales	3.81	0.873	0.763
	Apoyo a Pymes	2.65	1.041	1.084
	Emprendimientos basados en TIC	2.7	0.821	0.674
	Innovación de productos turísticos	3.12	0.987	0.974
	Oficinas inteligentes para atención	2.27	0.851	0.725
Tecnología	Wi Fi en plazas y espacios públicos	2.98	1.033	1.067
	Wi Fi en espacios cerrados	4.08	0.782	0.612
	Sensores inteligentes	2.9	1.07	1.144
	Monitoreo para seguridad	3.51	0.976	0.952
	Digitalización de empresas	3.48	0.893	0.797
	Inteligencia turística	2.72	0.918	0.843
Accesibilidad	Señalética y movilidad	2.95	1.039	1.08
	Transporte público accesible	1.45	0.643	0.414
	Atractivos turísticos accesibles	2.86	1.024	1.048
	Capacitación para atender PCD	2.63	0.951	0.904
	Recursos informativos para PCD	2.06	0.853	0.728
	Recorridos turísticos accesibles	2.31	0.908	0.824

Fuente: Elaboración en SPSS con base en resultados del trabajo de campo (2024).

Los resultados se muestran con gráficas que incluyen la media de cada variables o dimensión para una mejor lectura y visualización. En primer lugar, se tienen los índices por cada variable independiente, que culminan con el índice global que el centro histórico de Morelia ha obtenido en lo que respecta a *turismo inteligente* por parte de los 195 encuestados, equivalente a 2.8856, tomando en cuenta la escala del 1 al 5. Ahora bien, se observa mejor calificada a la tecnología con 3.2786 y la accesibilidad ha sido la variable más castigada con un valor de 2.3778, la cual se suma a las variables de sostenibilidad y de innovación que se ubicaron por debajo de la media de 3 (ver Gráfica 2).

Gráfica 2.

Índices por variable independiente e índice global.



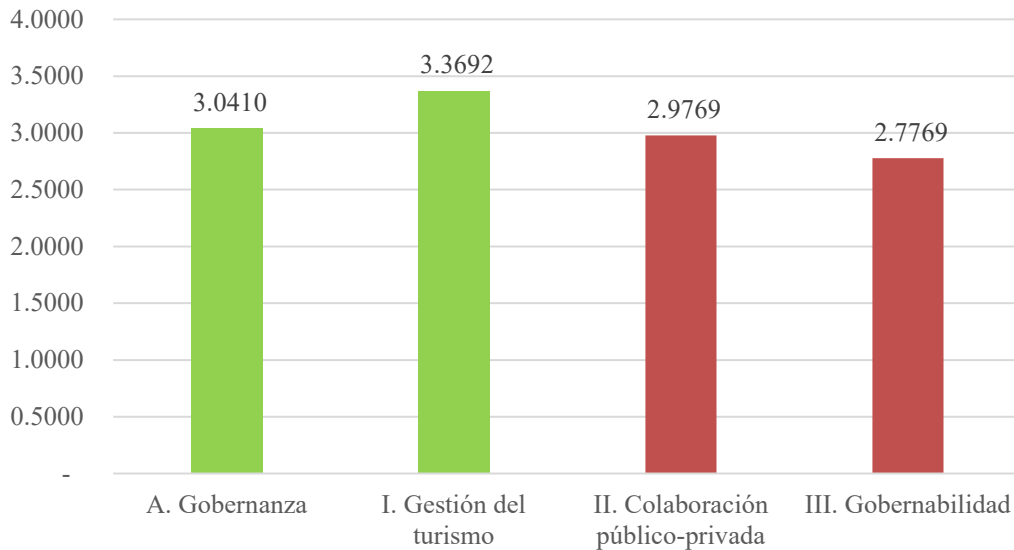
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo (2024).

Se muestra a continuación, el resultado de la variable independiente *gobernanza* con sus 3 dimensiones. La media que otorgaron los encuestados fue de 3.0410 con una notable diferencia entre la dimensión más alta y la dimensión más baja. A partir de la media de cada dimensión se aprecia como la gestión del turismo contó con la mayor ponderación (3.3692), cuyos indicadores se relacionan a la priorización del turismo y la experiencia turística. Por su parte, la media de menor valor fue para la dimensión de la gobernabilidad con un 2.7769, que implicó un indicador sobre percepción ciudadana y la relación con organizaciones civiles. Por último, la dimensión de la colaboración público-privada se ubicó por debajo de la media de la gobernanza con 2.9769, por lo que también influyó a la baja de la variable (ver Gráfica 3).

Gráfica 3.

Índice y dimensiones de la Gobernanza.

Morelia: Gobernanza

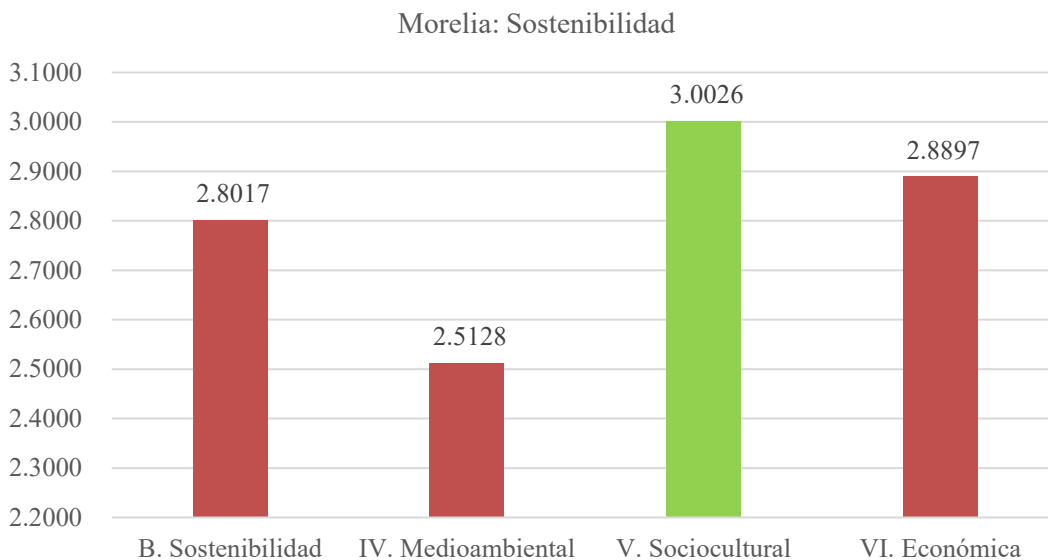


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo (2024).

En cuanto a la media de la variable *sostenibilidad* la percepción de las organizaciones turísticas es equivalente a 2.8017, lo que se encuentra por debajo del índice global que presentó el turismo inteligente en el centro histórico de Morelia. De las 3 dimensiones que componen a la Sostenibilidad, la dimensión sociocultural resulta ser la mejor calificada con 3.0026 situándose por encima del valor de la variable misma influyendo positivamente. Los indicadores de esta dimensión versan en aspectos como prácticas sostenibles y el respeto al patrimonio cultural. Por el contrario, la dimensión medioambiental es la que cuenta con la media de 2.5128, y sus indicadores se enlazan a la gestión de residuos sólidos y la sostenibilidad del transporte público que transita por la zona céntrica de Morelia. Ahora bien, la dimensión económica apenas se ubicó por encima de la media que obtuvo la variable, con 2.8897 (ver Gráfica 4).

Gráfica 4.

Índice y dimensiones de la Sostenibilidad.

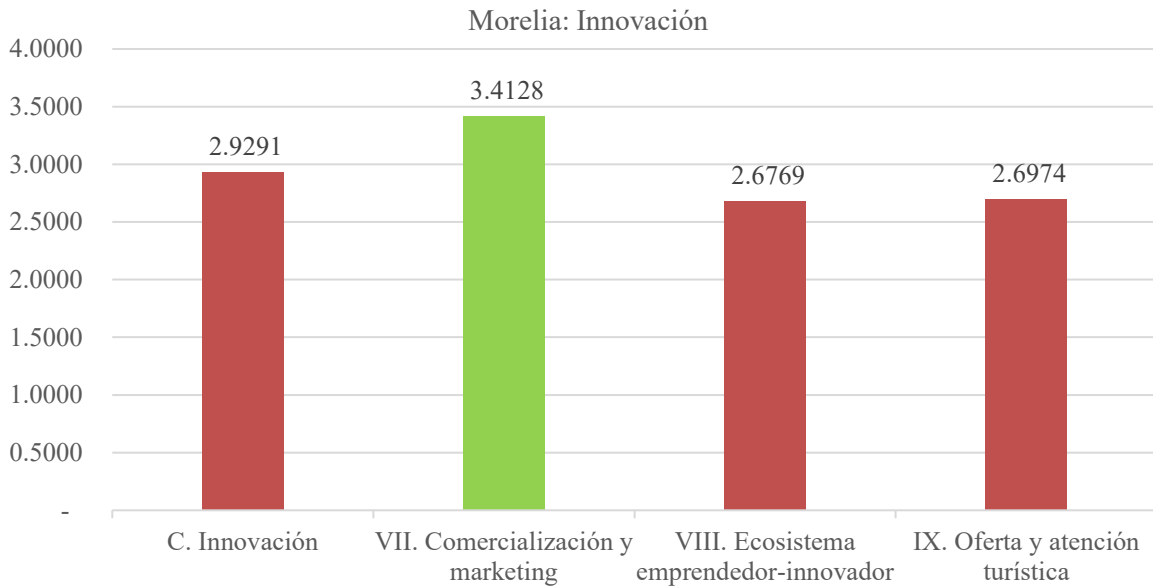


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo (2024).

Continuando con la variable *innovación*, el instrumento de investigación arrojó una media de 2.9291, sin superar el valor de 3 a pesar de la media obtenida por la dimensión denominada comercialización y *marketing* con un 3.4128. Dicha dimensión se compone por un indicador que pone sobre la mesa la comercialización con innovación y otro sobre la eficacia en las redes sociales (ver Gráfica 5).

Gráfica 5.

Índice y dimensiones de la Innovación.

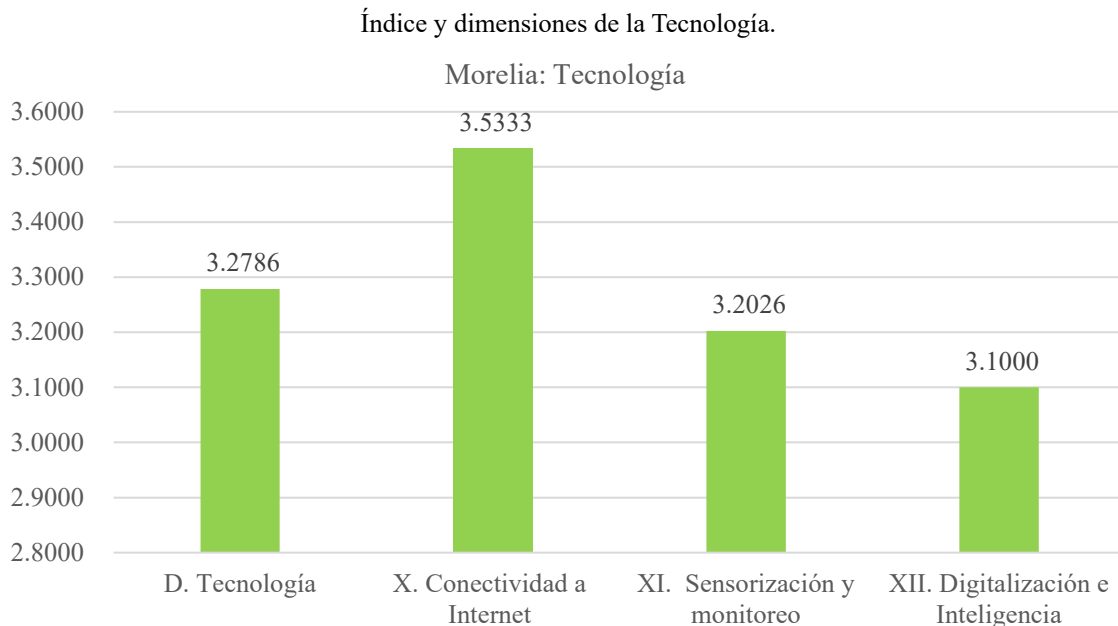


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo (2024).

Las otras 2 dimensiones de la *innovación* tuvieron una diferencia casi imperceptible, aunque incidiendo a la variable de forma negativa. De esta manera los indicadores que componen a la dimensión de ecosistema emprendedor-innovador (2.6769) fue uno de pequeñas y medianas empresas y otro de las tecnologías de la información. Para el caso de la dimensión de oferta y atención turística (2.6974), se habló en los reactivos sobre la innovación de los productos turísticos y las oficinas inteligentes para atender al turista.

La penúltima variable es la *tecnología*, cuya media fue la más alta según los 195 encuestados (3.2786). Es una variable que influyó al alza del índice global, con dimensiones que sobrepasaron la media de 3 como es la conectividad a internet (3.5333), que cuenta con indicadores que versan sobre la disponibilidad de acceder a Internet tanto en las plazas y espacios públicos como en hoteles, cafeterías, restaurantes y bares. Esta dimensión es mayor a la media de la variable y por este motivo aportó al alza, caso contrario a la media de la digitalización e inteligencia (3.1000) con indicadores sobre el nivel de digitalización de los comercios y la inteligencia turística mediante el uso del Internet de las Cosas o el *Big Data* (ver Gráfica 6).

Gráfica 6.



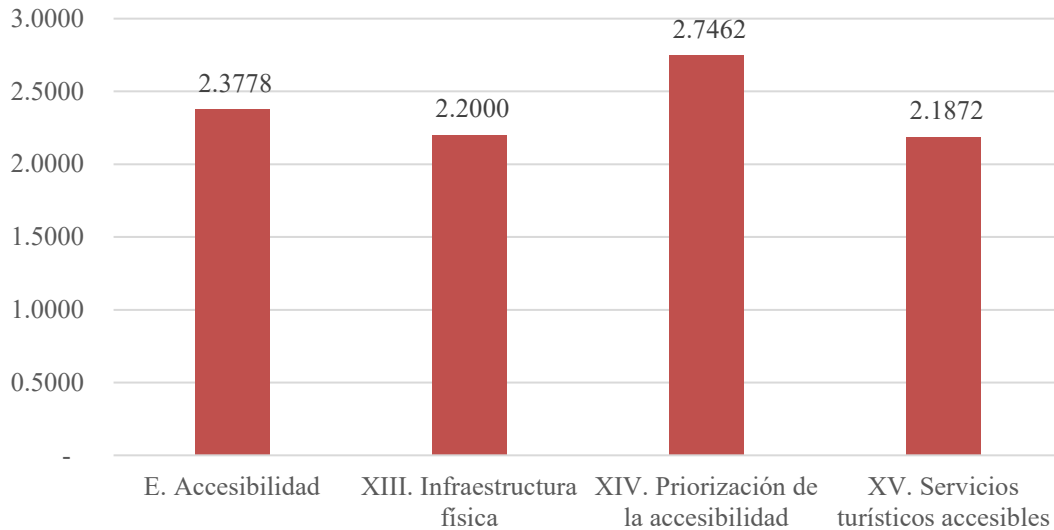
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo (2024).

Para cerrar este apartado se revisa la variable con el menor índice (2.3778), correspondiente a la *accesibilidad*. Dos de las tres dimensiones se ubicaron por debajo del índice: infraestructura física (2.2000) y servicios turísticos accesibles (2.1872). De este modo, la priorización de la accesibilidad incidió positivamente con su media (2.7462), cuyos indicadores son los de atractivos turísticos accesibles y la capacitación para atender Personas Con Discapacidad (PCD). Se reitera que la dimensión de servicios turísticos accesibles responde a los indicadores de recursos informativos para PCD y recorridos turísticos accesibles para PCD, mientras que la dimensión de infraestructura física alude a los indicadores enlazados a la señalética y semáforos parlantes que persisten en el centro de Morelia además del transporte público accesible (ver Gráfica 7).

Gráfica 7.

Índice y dimensiones de la Accesibilidad.

Morelia: Accesibilidad



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo (2024).

Discusión

Habiendo concluido el trabajo de campo y la revisión de los resultados se puede confirmar lo que Aguilera-Vega y colaboradores (2025) mencionan sobre el incipiente estado en que se encuentra el turismo inteligente a nivel nacional, pues Morelia no se ha destacado en ninguno de los componentes como son la gobernanza, la sostenibilidad, la innovación, la tecnología y la accesibilidad. Es probable que el caso de Tequila y Cozumel sea muy distinto si han atendido las recomendaciones de la Red DTI y por ello se encuentran en alguna fase del programa experimentando resultados interesantes en el ámbito de la competitividad empresarial del sector turístico, tal como afirman Alonso y colaboradores (2023).

A partir de lo observado durante el trabajo de campo, es evidente el daño al patrimonio que muestran algunas calles y plazas del centro histórico de Morelia, tal como afirma Hiriart (2022), algo que debiera ser una prioridad por el tipo de sitio que refiere: Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Aunado a ello, se ha observado a una cantidad importante de ciudadanos con movilidad reducida en cuestión de caminar y cruzar calles o avenidas, pues usualmente son personas de la tercera edad, lo que empata con lo dicho por la ONU Turismo (2024) sobre el incremento exponencial de este tipo de población. Sobre las demás discapacidades es complicado tener un panorama, pues las personas entrevistadas no presentaban limitaciones notorias y muchas personas que confluyen en el centro histórico pueden contar con lentes o aparatos auditivos, pero no se conoce el nivel de daño en vista o audición, mismo caso para condiciones mentales o cognitivas, como lo expone el IMPLAN (2025), pero que indudablemente señala un problema que requiere atención, por la proporción de la población en el municipio de Morelia.

Ciertamente la estacionalidad ha sido un problema para el sector empresarial dedicado al turismo, como refiere Fernández Alles (2009), por lo que se reafirma que un nuevo nicho de mercado como es el de las PCD tiene el potencial para paliar dicha estacionalidad. Los encuestados en general expresaron la importancia de mejorar la accesibilidad, puesto que debe estar presente en los edificios históricos para visitar, al igual que en hoteles y otras opciones de alojamiento por ser algo justo y para estar al nivel de las exigencias que requieren las PCD, es decir una perspectiva social y otra de corte empresarial, mencionado por Jurado Almonte y Fernández Trisancho (2013), sobre el beneficio que representa la accesibilidad para el habitante y para el turismo.

En este punto se está enlazando la posibilidad de implicar la accesibilidad con el potencial de mercado que son las PCD en el turismo, pues mientras más accesible sea un destino se convierte en una alternativa para este segmento de personas, que además van acompañadas, por lo que efectivamente se tienen las dos perspectivas según Jurado Almonte y Fernández Trisancho (2013): social y empresarial. Para lo anterior se requiere el apoyo de la inteligencia territorial basada en el conocimiento de los recursos, la capacidad de carga del destino e incluso la interacción social entre habitantes y entre habitantes y turistas, como ha recalcado Gil *et al.* (2015); la interoperabilidad de la oferta sería fundamental para conocer el perfil del visitante y proyectar otras unidades de consumo.

De igual manera la vocación de Morelia puede ser cada vez más hacia el turismo, aunque faltaría priorizar en mayor medida esta actividad, como han recomendado Ivars Baidal y colaboradores (2016), pues lo primero es un diagnóstico con los parámetros que ya tiene la Red DTI. Es importante mencionar también las capas de turismo inteligente según Gretzel y colaboradores (2015) pues, aunque el destino no sea inteligente, las empresas pueden incursionar en el ofrecimiento de experiencias inteligentes y, posteriormente, con una mayor innovación tecnológica poder aspirar a convertirse en empresas inteligentes, para generar el ecosistema apto en vías del turismo inteligente.

Conclusiones

Las variables del turismo inteligente han sido medidas con base en el modelo de DTI en el centro histórico de la ciudad de Morelia, México donde se han obtenido bajas ponderaciones en todas las variables, pero con mayor notoriedad en el aspecto de la accesibilidad a PCD. En este sentido, la hipótesis que se acepta en su totalidad es la número 5, misma que dicta que la accesibilidad debe ser atendida de manera más prioritaria para incrementar tanto el número de turistas hacia Morelia como la calidad de vida de los residentes; las hipótesis 2 y 3 relacionadas a la sostenibilidad y la innovación quedan aceptadas parcialmente y las hipótesis 1 y 4 se rechazan, pues la gobernanza y la tecnología han resultado mejor evaluadas.

Sin duda, una de las limitaciones para aspirar a que Morelia se convierta en un DTI es la gobernanza, pues la colaboración entre sectores público y privado está marcado por el constante cambio en el ciclo político municipal, pero también a nivel estatal, pues la influencia de la administración del estado de Michoacán recae y tiene sede en la ciudad capital, pero mientras el período municipal dura 3 años, el período estatal dura el doble y la revisión del programa DTI es cada 2 años. Esto aunado al presupuesto requerido para comenzar con las etapas de diagnóstico, pues hasta no generar políticas públicas que prioricen la actividad turística con líneas de acción en el ámbito de la sostenibilidad, difícilmente se podría aumentar el presupuesto disponible.

En realidad, el modelo de turismo inteligente es integral, puesto que los componentes no son excluyentes en todos los casos. Por ejemplo, la dimensión sociocultural de la sostenibilidad se vería impactada en buena medida con la mejora de la accesibilidad. El centro histórico de Morelia cuenta con un trazado reticular que no debería implicar un gran reto para recorrerlo, por lo que un plan de movilidad peatonal acompañado de infraestructura física debería abonar a la accesibilidad.

Elementos ya existentes como la señalética en braille observada en algunas calles del centro histórico deben extenderse más allá del primer cuadro y los semáforos parlantes son una tarea pendiente. El transporte público es inaccesible para personas usuarias de silla de ruedas comenzando con el tamaño de las unidades que son en su mayoría de tipo van para 14 pasajeros oficialmente, pero las unidades de mayor tamaño tampoco se encuentran adaptadas para recibir este tipo de pasajeros. Se hace necesario reformular el transporte público mediante el acercamiento con los concesionarios y agrupamientos correspondientes que incluya compromisos y planes estratégicos para sustituir unidades y mejorar el servicio con la visión de lograr un transporte sostenible y accesible, operado con la ayuda de innovaciones tecnológicas.

La priorización de la accesibilidad debe quedar asentada en la legislación, pues los encuestados refieren que los sitios de interés difícilmente cuentan con facilidades para las PCD. A pesar de ser un centro histórico catalogado como Patrimonio Mundial de la UNESCO, se pueden realizar esfuerzos, como el elevador con que cuenta el Museo del Estado, el cual no alteró la arquitectura de manera invasiva. Por otra parte, se hace evidente la necesidad de una mayor capacitación para el personal del sector turístico, ya que el personal de los hoteles, restaurantes y cafeterías reconoció carencias en la atención a PCD, aunque tienen la disposición de obtener el conocimiento correspondiente.

Los recursos informativos para las PCD en distintos establecimientos comerciales o las reseñas en espacios históricos, culturales y museísticos no se han proyectado a corto plazo según las entrevistas con algunos encargados de las dependencias municipales, toda vez que no se ve al turista de este segmento como un mercado potencial. Las organizaciones turísticas coincidieron en que de igual manera el ciudadano de Morelia lucha contra barreras físicas que impiden el acceso a eventos culturales, conciertos o lugares de ocio en general, lo que mayormente se concentra en el citado territorio de estudio como es el centro histórico.

Los recorridos turísticos accesibles no se vislumbran próximamente por la inversión que representan para los pequeños empresarios en temas de equipamiento; los elevadores en tranvías turísticos o en las unidades donde se realizan recorridos fuera de Morelia representan un reto de inversión, pues la estacionalidad deja meses de baja afluencia turística como mayo o septiembre, con lo que llega una desmotivación para los actores turísticos. Por este motivo, es necesario trabajar para que Morelia logre ser un destino accesible en los sitios de visita, además de incentivos por parte de gobierno municipal y/o estatal para que hoteles y restaurantes atiendan los lineamientos de la accesibilidad y poder atraer a este segmento de mercado, mismo que es representativo desde la misma población local y como se proyecta a nivel mundial.

Finalmente, se requiere que las partes interesadas colaboren sin perder de vista a la sociedad local, de lo contrario ya no se estaría hablando en términos del turismo inteligente. El centro histórico merece la mayor atención en este sentido, pues es el espacio sociocultural más importante de la ciudad de Morelia.

Bibliografía

- Aguilera-Vega, P. M., Pineda-Domínguez, D., & D-Escobar, S. (2025). Turismo inteligente y competitividad. Herramientas para potenciar la innovación tecnológica en el occidente de México. *Repositorio De La Red Internacional De Investigadores En Competitividad*, 18(19), 312-330. Obtenido de <https://riico.net/index.php/riico/article/view/2304>
- Alonso, A., Testón Franco, N., Espinoza, C., & Benitez Leal, F. (2023). El Modelo de Destino Turístico Inteligente: Implicaciones y Perspectivas en México. *INVESTIGIUM Escuela Superior de Tizayuca*, 9, 66-74. doi:10.29057/est.v9iEspecial.11639
- Ayuntamiento de Morelia. (18 de junio de 2024). *Directorio municipal*. Obtenido de <https://www.morelia.gob.mx/directorio-municipal/>
- Calle Lamelas, J., García Hernández, M., & García Muiña, F. (2017). Las ciudades Patrimonio de la Humanidad ante el paradigma Smart. *Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo* (págs. 7-37). Alicante: Universidad de Alicante. doi:10.14198/Destinos-Turisticos-Inteligentes.2017.01
- Fernández Alles, M. T. (2009). Turismo accesible: importancia de la accesibilidad para el sector turístico. *Entelequia. Revista Interdisciplinar*(9), 211-224.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Journal of Destination Marketing and Management*, 179–188. doi:10.1007/s12525-015-0196-8
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación* (7ma ed.). México, D. F.: McGraw-Hill / Interamericana editores.
- Hiriart, C. (2022). Las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial como destinos turísticos. Gestión y crisis sanitaria: Morelia como reflexión. En R. Martínez Cardenas, L. Cabrales Barajas, M. d. Calle Vaquero, M. García Hernández, M. Mínguez García, & L. (. Troitiño Torralba, *Leyendo el territorio. Homenaje a Miguel Ángel Troitiño* (págs. 837-854). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- IMPLAN. (22 de octubre de 2022). *Morelia, Michoacán 2021*. Obtenido de Instituto Municipal de Planeación: https://implanmorelia.org/site/wp-content/uploads/2021/12/PRESENTACION%20C3%93N_PMD_29NOV21.pdf
- IMPLAN. (18 de septiembre de 2025). *Demográficos y sociales*. Obtenido de Discapacidad: <https://implanmorelia.org/site/datos-tema/discapacidad/>
- INEGI. (12 de junio de 2024). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de DENU: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/default.aspx>
- Ivars Baidal, J. A., Solzona Monzonis, F., & Giner Sánchez, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.285>
- Jurado Almonte, J., & Fernández Tristanchó, A. (2013). *Experiencias en turismo accesible en Andalucía y Portugal : especial atención al ámbito Alentejo – Algarve - Provincia de Huelva*. Huelva: Universidad de Huelva.
- López de Ávila, A., & García, S. (2015). Destinos turísticos inteligentes. *Economía Industrial*(395), 61-69.
- Luque Gil, A., Zayas Fernández, B., & Caro Herrero, J. (2015). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*(10), 1-25.

- NetQuest. (20 de julio de 2024). *¿Qué tamaño de muestra necesito?* Obtenido de el teorema central del límite: <https://www.netquest.com/blog/que-tamano-de-muestra-necesito>
- ONU Turismo. (17 de diciembre de 2021). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD)*. Obtenido de Preparando las OGD de cara a nuevos retos: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420933>
- Onu Turismo. (2024). *ONU Turismo: El turismo accesible, una fuerza transformadora para destinos y empresas*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Secretaría de Turismo. (30 de julio de 2025). *Datatur*. Obtenido de Digitalización regional de las plazas de vocación turística de México: <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/regionalizacion.aspx>
- SEGITTUR. (17 de mayo de 2026). *Qué es Red DTI*. Obtenido de Destino Turístico Inteligente: <https://www.destinosinteligentes.es/que-es/>
- Sistema de Información Geográfica y Estadística de Morelia. (16 de noviembre de 2022). *Mapa interactivo de Morelia*. Obtenido de <https://sigmorelia.gob.mx/?v=bGF0OjE5LjY1ODAxLjEzMTI4LHo6OSxsOmMxMDN8YzE3MDU=>
- UNESCO. (7 de diciembre de 2021). *Patrimonio Mundial*. Obtenido de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-mundial#>