

Análisis de la imagen urbana como factor de reposicionamiento de destinos turísticos tradicionales de playa en México: Cozumel – Acapulco

Analysis of the Urban Image as a Factor of
Repositioning Traditional Tourist Destinations in
Mexico: Cozumel, Acapulco

Emiliano López Gutiérrez
Costa Rica
elgmilo@hotmail.com

Lirio Cristell Salgado Molina
Costa Rica
critell82@hotmail.com

Ileana Arauz Beita
Costa Rica
ileana.arauz.beita@una.cr

Resumen

Se presenta un análisis comparativo de la imagen urbana de dos destinos turísticos con larga tradición en México (desde la década de los sesentas): la zona tradicional del Puerto de Acapulco y la zona central de la isla de Cozumel. Ambas zonas son destinos turísticos tradicionales, que han enfrentado dificultades semejantes sobre cómo atender la problemática de baja ocupación y falta de atractivo visual, durante su desarrollo y crecimiento en la oferta turística hotelera. El presente estudio recaba y analiza la percepción del sector hotelero, para inferir si el fortalecimiento de la imagen



urbana podría responder a las expectativas que plantean los empresarios para fomentar una imagen amable con identidad del destino, que permita reposicionar ambas zonas. La investigación pretende beneficiar a la comunidad receptora y su relación con los turistas y el medio ambiente. El estudio parte del campo de las ciencias sociales de tipo cualitativo. Se analiza el valor de los espacios públicos, así como, el desarrollo urbano sostenible, para el bienestar social y económico de la comunidad. Se plantea que la imagen urbana de un destino es importante para el sector turístico y, como actividad económica, redinamiza la economía local.

Palabras clave: análisis; imagen urbana; reposicionamiento; turismo; hotelería.

Abstract

The article presents a comparative analysis of the urban image of two tourist destinations with a long tradition in Mexico (since the 1960s): the traditional zone of the Port of Acapulco and the central area of the Cozumel island. Both areas are traditional tourist destinations, and they have faced similar difficulties, such as how to deal with the low-occupancy problem and the lack of visual attraction, throughout their development and growth in the hotel tourist offer. This study collects and analyzes the perception of the hotel sector to infer whether the strengthening of the urban image can meet the expectations raised by entrepreneurs. This has the objective to promote a friendly image with identity of the destination for both areas to be repositioned. The research aims to benefit the host community and its relationship with tourists and the environment. This is a qualitative study design and belongs to the social sciences field. The value of public spaces is analyzed, as well as the urban sustainable development for the social and economic welfare of the community. Regarding the urban image of a destination, this is considered as important for the tourism sector, and, as an economic activity, it makes the local economy dynamic again.

Keyword: analysis; hotel industry; tourism; repositioning; urban image.

Introducción

Actualmente, el turismo tiene un papel preponderante en la economía de diversas localidades. Los destinos turísticos de sol y playa se encuentran, sin lugar a duda, entre los preferenciales para los grupos de visitantes. Por lo tanto, es importante considerar la existencia de múltiples factores que coinciden y rodean esta actividad.



La presente investigación plantea un análisis comparativo de la imagen urbana de dos destinos turísticos con larga tradición en México (desde la década de los sesenta). El primero es el Puerto de Acapulco, particularmente su zona tradicional; el segundo es la zona centro de la isla de Cozumel. En principio, un destino turístico es el lugar donde se desarrolla la actividad turística. La Organización Mundial del Turismo define el

un destino turístico local como un lugar físico donde el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como los servicios de soporte y tracciones, y recursos turísticos que pueden visitarse en desplazamientos de un día. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como imágenes y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos locales incorporan diferentes agentes participantes, entre los cuales suele haber una comunidad local, y pueden dar lugar a destinos de mayor tamaño (Organización Mundial del Turismo, 1998).

La imagen es un concepto que se constituye a través de la interpretación tanto racional como emocional de los sujetos y es consecuencia de la incorporación de dos dimensiones que están estrechamente interrelacionadas: las evaluaciones perceptuales/cognitivas y las evaluaciones afectivas (Andrade, 2012). Como señala Baloglu y McCleary (1999), en su trabajo “A Model of Destination Image Formation”, la imagen de un destino refiere “una construcción de actitudes que consisten en la representación mental del conocimiento de un individuo (creencias), sentimientos y la impresión global de un objeto o destino”. La OMT define la imagen de un destino como el “conjunto de ideas o conceptos que se tienen del mismo a nivel individual o colectivo” (OMT, 1998), es decir, la imagen del destino lo hará basarse en información histórica, política, económica y social (Ferreira, 2011).

El objetivo principal de este estudio es valorar comparativamente la imagen urbana de la zona tradicional del puerto de Acapulco y la zona centro de la isla de Cozumel a partir de indicadores específicos como los accesos (carretera, calles y aceras), señalización vial, limpieza de calles, tráfico vehicular, seguridad, atractivo en su entorno natural, servicio de agua potable las 24 horas para los hoteles, alumbrado público. Es decir, se trata de establecer las diferencias que existen entre ambos destinos turísticos, mediante esos indicadores y valorar cuál ha sido el resultado de los esfuerzos de cada uno en el fortalecimiento de la infraestructura urbana, como un mecanismo de apoyo a las comunidades de la zona. De esa



forma se podrán valorar dos elementos, el beneficio generado por esa infraestructura y sus impactos en la estrategia de reposicionamiento de su imagen urbana, para favorecer la economía de la comunidad local de ambos destinos.

La estrategia pretende posicionar una imagen de calidad y responsable ambientalmente entre los grupos turistas, que facilite la elección del destino en función de sus atractivos y recursos territoriales más que por el bajo precio o la influencia comercial de una de las marcas de los grandes operadores o intermediarios. Debido a lo antes expuesto, el valor de la experiencia, la identidad, lo particular y lo diferencial permitirá fortalecer la imagen urbana de ambos destinos turísticos, elementos fundamentales para concebir propuestas turísticas inimitables en un mundo globalizado, donde es relativamente fácil reproducir un destino las ofertas de éxito (Rivera, 2012). Se busca determinar si la imagen urbana que se tiene de ambas zonas turísticas son lo suficientemente atractivas, como para ser consideradas como destinos turísticos de imagen positiva, para los diversos segmentos de mercados. Esto, debido a que en un entorno donde existe una competencia aguda dentro del turismo, la imagen de destino juega un papel importante en la experiencia de los visitantes y potenciales visitantes (Hung, 2012). Sin embargo, en el caso de la zona tradicional de Acapulco, a través de los años se ha observado un deterioro en la infraestructura urbana que denota, en muchos aspectos, como más adelante en opinión del sector hotelero queda de manifiesto, que finalmente la persona turista consulta en diversas fuentes de información para desarrollar su propia imagen mental de destino (Shu L. y Zhang H., 2012).

Por su parte Cozumel, no es un destino considerado como un centro integralmente planeado (CIP); no obstante, existe una preocupación impresionante por mantener y superar expectativas, en cuanto a infraestructura básica y obra pública se refiere. Se espera proporcionar una imagen de calidad para sus visitantes, por ejemplo, el análisis de la imagen ostenta las implicaciones competitivas para los destinos turísticos y asocia la infraestructura en cuanto accesibilidad, facilidades de compra y alojamiento, entre otras (San Martín, 2006).

La gestión técnica de las políticas económicas de turismo o aquellas que utilizan fondos presupuestarios para el logro de sus objetivos necesariamente han de exigir que se adopten criterios de eficiencia en el momento de gestionar dichas políticas como: eficacia, minimización de costes, búsqueda de la oportunidad, definición de la prioridad de las acciones, etc. (Figuerola, 2004). En este sentido, una misión y una visión debidamente planificadas permitirían hegemonizar



esfuerzos entre lo público y lo privado, por ejemplo, en los programas del plan nacional de desarrollo (gubernamentales). Deberían tomarse medidas paralelas a la revisión de los planes de desarrollo turístico y plan de desarrollo urbano, es decir, como un instrumento de transformación del producto, entiéndase como obras de rehabilitación de edificios, paisaje que contempla al medio ambiente y natural, recomposición de espacios urbanos, infraestructura y de configuración de nuevos modelos territoriales con medidas de carácter general y a largo plazo (Montorfe y Vera, 1994).

La imagen es especialmente importante en la actualidad, debido a la globalización e internacionalización de la industria turística, a la proliferación de nuevos productos turísticos fruto de una mayor competencia, al poder de los medios que enfatizan la satisfacción inmediata de todas las expectativas reales o virtuales (Beerli Palacio, A., de León Ledesma, J. y Moreno Gil, S., 2012). En turismo, la gestión estratégica de las marcas puede reportar importantes beneficios para los habitantes de la zona, sin dañar el medio ambiente. Al respecto, las percepciones e imágenes que los grupos visitantes o clientes se forman de un área o zona en concreto tienen un peso significativo sobre la posible viabilidad de esta misma como destino turístico. Lo que piensan acerca de la región, de su medio ambiente natural, del clima local y de sus residentes es trascendente; esto puede dar forma a las percepciones o imágenes que pueden debilitar o enriquecer el desarrollo exitoso. No obstante, aunque un destino turístico pueda tener una atracción turística de interés y una alta calidad en sus recursos turísticos, una imagen de marca distorsionada puede disminuir las posibilidades de un efectivo posicionamiento.

Objetivos

- a. Describir las características de la imagen urbana de la zona tradicional del puerto de Acapulco y la zona centro de la isla de Cozumel.
- b. Explicar qué elementos han incidido de manera positiva o negativa en la imagen urbana de ambos destinos turísticos.
- c. Analizar qué efecto ha tenido la imagen urbana en materia turística para cada destino turístico.

Metodología

La presente investigación parte del campo de las ciencias sociales y para dar respuesta a los objetivos anteriores se llevó a cabo una investigación cualitativa, donde se analizan dos variables: la imagen urbana y el reposicionamiento de



una zona turística, caso Acapulco y Cozumel, destinos que comparten fundamentalmente una gran riqueza turística que se denota en su enorme diversidad paisajística. Así mismo, se plantea una hipótesis que sugiere que, a partir de una imagen urbana apropiada dentro de la zona turística, se redinamice la actividad turista con captación de visitantes, situación que permite el bienestar de la comunidad local y el cuidado planificado del medio ambiente natural. La metodología utilizada en esta investigación partió de un estudio observacional, descriptivo y transversal (Hernández Sampieri, 2010).

El enfoque metodológico aplicado es cualitativo, donde el objeto de estudio son dos destinos turísticos tradicionales para analizar e identificar cuál es el efecto que ha tenido la imagen urbana dentro de las zonas turísticas de Acapulco y Cozumel, específicamente la zona tradicional del puerto de Acapulco y la zona centro de la isla de Cozumel. El tipo de muestra es probabilístico aleatorio simple, donde por medio de una entrevista semiestructurada se obtuvo la percepción del sector hotelero de 1, 2, 3 y 4 estrellas recogidos *in situ*, es decir, en forma directa de la realidad, acerca de la imagen urbana de la zona turística de cada destino. Los datos recopilados se agruparon en una tabla de análisis. Además, se realizaron entrevistas a personas clave como profesionales en arquitectura de oficinas gubernamentales, para fundamentar y enriquecer el apartado de discusión. La investigación de campo fue realizada durante el período comprendido en las cuatro semanas del mes de mayo del año en curso, en la zona tradicional del puerto de Acapulco, mientras que la aplicación de entrevistas en la zona centro de Cozumel comprendió las dos primeras semanas del mes de septiembre del mismo año.

Procesamiento de la Información

Las entrevistas fueron agrupadas en tablas, donde se clasificó la información relevante al tema de estudio (véase en tabla 1) y, por medio de un cuadro comparativo, se contrasta la información obtenida de Acapulco y Cozumel.



Tabla 1

Ficha técnica de aplicación del proceso de información

	Acapulco	Cozumel
Área de estudio	Zona tradicional del puerto de Acapulco	Zona centro de la isla de Cozumel
Población	Personal propietario o gerencial de los hoteles de 1, 2, 3 y 4 estrellas	Personal propietario o gerencial de los hoteles de 1, 2, 3 y 4 estrellas
Criterio de inclusión	Personal propietario o gerencial de los hoteles, arquitectos/as de oficinas gubernamentales y un sindicato de hoteles	Personal propietario o gerencial de los hoteles, arquitectos/as de oficinas gubernamentales y un sindicato de hoteles
Criterio de exclusión	La encuesta no se realizó a otro tipo de personal colaborador de otro departamento	La encuesta no se realizó a otro tipo de personal colaborador de otro departamento
Técnica de investigación	Encuesta	Encuesta
instrumento	Entrevista semiestructurada	Entrevista semiestructurada

Nota: Elaboración propia.

Resultados

De acuerdo con el instrumento aplicado, estos son los principales hallazgos recabados (tabla 2).



Tabla 2

Percepción de la imagen urbana de la zona tradicional del puerto de Acapulco y zona centro de la isla de Cozumel de acuerdo con el sector hotelero

N	Imagen urbana	Acapulco	Cozumel
1	Condiciones de la carretera	Condiciones negativas de la carpeta asfáltica.	Se encuentra en buenas condiciones.
2	Señalización vial	Hace falta dentro de esta zona.	Falta más señalización para localizar puntos turísticos clave.
3	Limpieza de calles y áreas públicas	Sucio.	Limpio.
4	Tráfico vehicular	Congestionado.	Fluye con normalidad.
5	Atractivo en su entorno natural	Playas muy hermosas, acantilados espectaculares.	Arrecifes y playas con aguas cristalinas.
6	Calidad de vida	Existe mucho movimiento, ruido estridente constante.	Se percibe un ambiente de tranquilidad.
7	Patrimonio cultural	Es bueno, pero hace falta promocionarlo.	Existe, pero no se promociona.
8	Infraestructura turística	Anticuada, necesita remodelación en general.	En buenas condiciones.
9	Seguridad	Hace falta fortalecer la seguridad.	Hay suficiente seguridad y confianza.
10	Servicio público de agua para los hoteles las 24hrs	Escasea el agua por periodos.	Hay agua suficiente.
11	Alumbrado público	Hace falta alumbrado en calles adyacentes.	Cubre las necesidades, sin embargo, podría mejorar.
12	Brotos de aguas negras	Sí existen, a partir de estancamientos de tuberías por falta de mantenimiento preventivo.	Solo cuando rebasa la capacidad de las tuberías, caso concreto temporada de huracanes.
13	Imagen urbana en general	Primeramente, un lugar de aspecto olvidado, donde hace falta inversión tanto pública como privada.	Está en buenas condiciones; no obstante, la zona centro puede mejorar aún más.

Nota: Elaboración propia.

Las condiciones de las carreteras de la zona tradicional del puerto de Acapulco se encuentran en malas condiciones en algunos de sus tramos (figura 1). Por otra



parte, la isla de Cozumel, específicamente en el centro, con una carretera restaurada con una imagen representativa; es decir, tiene un grabado de golondrinas como distintivo de esta comunidad (figura 2). De acuerdo con la información que proporcionan los grupos hoteleros, ambos destinos turísticos carecen de señales tanto de vialidad como turísticas para brindar una mayor orientación a sus visitantes. Otro elemento por destacar es el tema de la limpieza de sus calles y áreas públicas: mientras el destino turístico de Acapulco se encuentra sucio, el de Cozumel presenta áreas limpias. En general hace falta apoyo para la restauración y mantenimiento de edificios históricos de la zona tradicional del puerto de Acapulco. En Cozumel se continúa realizando restauración e innovación en imagen urbana.



Figura 1. Escombros en la franja turística de la zona tradicional del puerto de Acapulco.

Nota: Fotografía tomada por los autores.

En la figura 1 se muestra el estado actual de algunas de las aceras de la zona tradicional, que visiblemente generan una mala imagen de esta zona.



Figura 2. Carreteras, banquetas limpias en lugares públicos de la franja turística de la zona centro de la isla de Cozumel.

Nota: Fotografía tomada por los autores.

A diferencia de la zona tradicional del puerto de Acapulco, en la imagen de la avenida principal de la zona centro de la isla de Cozumel se observan calles completamente limpias, incluso la carretera de esta avenida está libre de polvo y de basura.

Discusión

Las cifras son alentadoras para el destino Cozumel. De acuerdo con el Cuarto informe del gobierno del Estado de Quintana Roo (Borge, 2016), solo en el 2014 visitaron la isla 15 millones para un ingreso de USD 8 200 000, una derrama económica sin precedentes para este destino; existió un incremento de un 14 % más de ocupación. Por ejemplo, en lo que refiere a la Riviera Maya, Holbox, Cozumel, Tulum y Mahahual se obtuvo 100 % de ocupación. Sin duda existen factores preponderantes para llegar a estas cifras. Cozumel es un destino turístico que recibe gran cantidad de cruceros, pero a esto se suma una infraestructura turística de calidad que se va adaptando a las necesidades de los turistas en palabras de profesionales de arquitectura de Cozumel. Por tanto, al gestionar políticas como eficacia, minimización de costes, búsqueda de la oportunidad, definición de la prioridad de las acciones, se pueden obtener mejores resultados (Figuerola, 2004).



A diferencia de la zona tradicional de Acapulco, donde han pasado años y hasta ahora se está iniciando una rehabilitación de esta área, por medio de un programa de gobierno. Acapulco, de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo en Acapulco (2014), durante las pasadas vacaciones se registró un ingreso económico por el orden de los 2, 088 376 pesos (Universal, 2014). Haciendo una comparación al 2012, se tiene un repunte en captación de recursos vía turismo de 1,6 %, lo que autoridades calificaron como histórico. Sin embargo, en el *Cuarto informe de gobierno del Estado de Guerrero* (2014), se observa cómo Acapulco obtuvo un 46 % de ocupación promedio, lo que refleja una pérdida de 1,2 % en relación con el año anterior, mientras que el ingreso económico por la actividad turística recaudó USD 3341 millones, con un registro de llegadas de 8 691 738 turistas, 2,4 % menos que lo captado en el 2013. Particularmente la zona tradicional de Acapulco, en comparación con las dos zonas del mismo puerto, presenta cifras menores, pese a esta situación continúa captando turistas por preferencia respecto a las otras dos.

En lo que respecta a zona diamante y zona dorada, durante el primer puente del período comprendido del 31 de enero al 3 de febrero de tres noches, la Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Guerrero (SEFOTUR) (2014) registró un porcentaje de ocupación de 83,2 %; dividida en 88,6 % en la zona diamante; 84,3 % en la zona dorada y 68,1 % en la zona tradicional (Horacio, 2014). En entrevista, profesionales de arquitectura de Acapulco precisan que este destino turístico necesita inversión, pero también la gestión de programas o alternativas tanto de autoridades, como de la iniciativa privada, un punto clave donde ambos destinos turísticos coinciden, solo que uno, Cozumel lo aplica y otro. Acapulco, aún no lo implementa.

La diferencia entre ambos destinos turísticos es considerable, Cozumel ha invertido en el fortalecimiento de la infraestructura básica de la zona centro; en contraste, la zona tradicional del puerto de Acapulco, en palabras de los grupos hoteleros, presenta una imagen deteriorada y de rezago y el alumbrado público es insuficiente para la necesidad de esta zona durante la noche. Otra situación es la falta de mantenimiento de los frentes de los establecimientos de hospedaje.

La infraestructura turística de los hoteles, restaurantes y comercios fue calificada como un lugar descuidado. La señalización de las calles no proporciona una orientación correcta, son confusas por la cantidad de vialidades internas, lo que provoca desorientación de los visitantes; además, existe basura tirada en las banquetas de esta franja turística, piedras acumuladas en aceras, cerca de playa



caletilla por obras inconclusas que restan belleza y proporcionan un mal aspecto. Todo ello deben resarcirse, al igual que el módulo de atención a turistas que no está en funcionamiento y tan solo despide mal olor en opinión del sector hotelero, mientras que la isla de Cozumel contrasta con la percepción que se tiene de Acapulco, en la zona centro de Cozumel las áreas públicas, zócalo, calles, banquetas, incluso andadores, están completamente limpios. Los módulos de información a turistas están en buenas condiciones y a disposición de sus huéspedes, con una atención amable y estandarizada. Probablemente, en palabras de los grupos hoteleros, hace falta más señalización vial para la orientación de las rutas, con lo cual, finalmente, el turista desarrolla su propia imagen mental de destino (Shu & Zhang, 2012). Por tal motivo, contar con una imagen urbana en buenas condiciones podría generar una opinión favorable de la zona turística, un ejemplo es la obra pública en la avenida principal de Cozumel, que tiene grabadas, como distintivo de la isla, las golondrinas a lo largo de la carretera: un detalle que brinda un aspecto de identidad agradable, además de innovador.

Conclusiones

La optimización de los recursos e infraestructuras de los destinos turísticos son aspectos que los grupos hoteleros han considerado como relevantes para beneficio de las zonas de estudio y de la comunidad en general. Debido a que la imagen urbana de un destino es importante para el sector turístico, podría representar una mezcla de percepciones positivas y negativas, que incidirán en la toma de decisiones de los individuos para elegir el destino por visitar. De esta manera, solo cuando la imagen positiva excede a la negativa, la persona turista potencial tomará la decisión de elegir el destino y recomendar la zona turística que disfrute de buenas condiciones.

La imagen urbana de la zona tradicional del puerto de Acapulco está estrechamente relacionada con la hipótesis que se estableció, pues ha incidido de forma negativa en la motivación del sector hotelero para reposicionar la zona tradicional en el lugar, es decir, potenciar las percepciones positivas y mitigar las negativas sobre la zona turística.

En segundo término ha quedado de manifiesto la importancia que tiene la imagen urbana, así como los elementos que la integran, además de la falta de un reglamento de imagen urbana y gestión de programas de imagen urbana por parte de las autoridades turísticas. Un aporte fundamental de esta investigación es la disposición y motivación del sector hotelero para acondicionar sus establecimientos



y exhortar a las autoridades a trabajar, por medio de una planificación estratégica que conjunte esfuerzos comunes para reposicionar esta zona turística. Por otra parte, durante la aplicación de las entrevistas al sector hotelero de la zona centro de Cozumel, se manifestaron actitudes de liderazgo, debido a que, a pesar de contar con buenas condiciones en infraestructura, el sector hotelero considera preponderante continuar con el mantenimiento de las carreteras, el zócalo de la ciudad y se sugiere incluir más señalamientos turísticos que orienten a los grupos turistas que visitan la isla, sobre todo a quienes llegan en cruceros, pues su tiempo, en ocasiones, es muy limitado para disfrutar de los atractivos naturales de la isla.

Con respecto a futuras líneas de investigación que abre el presente trabajo, se encuentra el fortalecimiento de la imagen urbana como identidad de un destino turístico, para gestionar y comunicar una imagen positiva de la infraestructura del destino turístico y así generar tres beneficios básicos para el destino: en primer lugar potencia la demanda futura sobre la base del mejoramiento de las infraestructuras generales; en segundo lugar, produce un aumento de la satisfacción y fidelidad del sujeto turista hacia el destino; finalmente permite el correcto posicionamiento del destino, identificando su posición competitiva respecto a otros destinos competidores, como es el comparativo entre Acapulco y Cozumel. Este ejercicio permite visualizar cuáles son las estrategias optadas en otros destinos que proporcionan buenos resultados. Asimismo, potencia el desarrollo de la zona, mediante el empleo, la educación en las distintas áreas relacionadas con el turismo, el cuidado del ambiente y la atención a los visitantes.

Referencias

- Andrade, M. (2012). La interpretación de la realidad del destino por parte de los turistas: evaluaciones cognitivas y afectivas. *Pasos*, 10 (5), 477-494
- Baloglu, S. y McCleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897.
- Berli Palacio, A., de León Ledesma, J. y Moreno Gil, S. (2012). Entender la imagen de un destino turístico: factores que la integran y la influencia de las motivaciones. *Criterio Libre*, 16, 115-142.
- Borge, A. R. (2016). *Cuarto Informe de gobierno del Estado de Quintana Roo*. Cancún: Gobierno del estado de Quintana Roo.



- Horacio. M. (2014). *Acapulco supera expectativas de afluencia turística y económica*. Crónica. Recuperado de: <http://www.cronica.com.mx/notas/2014/812993.html>
- Ferreira, S. (2011). Destination image: Origins, Developments and Implications. *Pasos*, 9(2), 306.
- Figuerola, P. M. (2004). La organización técnica y administrativa de la política económica del turismo. Especial referencia al caso español. *Quaderns de Política Económica*, 7, 9-34.
- Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL.
- Hung, E. A. (2012). Construct the destination image formation model of Macao: the case of Taiwan tourists to Macao. *Tourism and Hospitality Management*, 18(1), 19-35.
- Gobierno del Estado de Guerrero (2014). *Cuarto informe del gobierno del estado de Guerrero*. Chilpancingo, Gro.
- Montorfè, FV. y Vera. J. (1994). Agotamiento de modelos turísticos clásicos. una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la comunidad valenciana. *Estudios Turísticos*, 123, 17-46.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1998). *Introducción al turismo*. Madrid.
- Rivera, M. M. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. España: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.
- San Martín, H. (2006). Análisis de la imagen en turismo mediante técnicas estructuradas y no estructuradas: implicaciones competitivas para los destinos turísticos. *Revista Asturiana de Economía*, 35, 69-91.
- Universal. (2014). *Acapulco logra histórica derrama económica en vacaciones*. Universal.mx, pág. 1.
- Shu, L. y Zhang, H. (2012). *Study on tourist perceptions of urban tourism brand image in Ningbo*. *Advances in information sciences and service science (AISS)*, 160, Springer, Berlín, Heidelberg.