

Capítulo 29. Análisis Estratégico de las MYPES de Nombre de Dios, Durango, México para el Potencial Turístico y Económico como Pueblo Mágico.

Paloma Ruiz Valles
Karla María Ortega Valdez

Universidad Tecnológica de Durango

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.04.19.29](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.04.19.29)

Resumen

El objetivo de la investigación es analizar las fortalezas internas y las oportunidades del entorno de las MYPES de Nombre de Dios, Durango, México, con el fin de desarrollar estrategias que fortalezcan su vocación turística y económica como Pueblo Mágico. Se utilizó un enfoque mixto y descriptivo, combinando encuestas aplicadas a 388 empresas y el análisis PESTEL del entorno. El principal aporte radica en identificar cómo las MYPES pueden integrarse efectivamente en la cadena de suministro turística, proponiendo estrategias de sostenibilidad, digitalización y mejora en infraestructura para potenciar su competitividad y el desarrollo local.

Palabras clave

MYPES, Cadena de Suministro Turística, PESTEL, Pueblos Mágicos

Introducción

México cuenta actualmente con 177 Pueblos Mágicos, según la Secretaría de Turismo (2024) son destinos que, por su naturaleza, vida comunitaria, costumbres y tradiciones, son preferidos por visitantes nacionales y extranjeros y requieren de una planeación estratégica para el aprovechamiento racional de sus recursos, fortalecer su infraestructura, desarrollar su capital humano, la calidad de sus servicios, la innovación y desarrollo de sus productos turísticos (Ortiz Martínez, 2020).

Nombre de Dios (Secretaría de Turismo, 2024) fue reconocido en el 2018 como uno de los dos Pueblos Mágicos en el Estado de Durango, México. Es reconocido por su patrimonio biocultural, especialmente sus parajes naturales, edificios históricos, la producción de mezcal artesanal y su gastronomía tradicional, dicho reconocimiento aumentó la afluencia de turistas y el interés por sus actividades económicas, creando oportunidades de crecimiento para las micro y pequeñas empresas (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2024) y su integración a la cadena de suministro turística. Sin embargo, también han surgido retos derivados de las condiciones del entorno económico.

El turismo representa una cadena de suministro relevante debido a la derrama económica que genera, según Juárez (2020). Ha experimentado una expansión continua a lo largo de los años, a pesar de algunos choques ocasionales, como la pandemia del Covid-19, lo que demuestra la fortaleza del sector (Organización Mundial del Turismo, 2021). A pesar de la desaceleración económica mundial, el gasto en turismo siguió creciendo, hasta alcanzar en 2024 los niveles previos a la pandemia (Organización Mundial del Turismo, 2024).

Por lo tanto, este estudio resulta fundamental para comprender cómo las micro y pequeñas empresas locales pueden capitalizar el potencial turístico de Nombre de Dios y enfrentar los desafíos del entorno, mediante la identificación de los recursos internos valiosos y oportunidades y amenazas externas para mejorar el desarrollo turístico y económico.

El objetivo de este estudio es analizar las fortalezas internas y las oportunidades externas de las MYPES de Nombre de Dios para desarrollar estrategias que fortalezcan su vocación turística y económica como Pueblo Mágico.

Revisión de la Literatura

Nombre de Dios es el pueblo más antiguo del estado, llamado originalmente Villa de los Cuatro Templos, establecido en 1562, antes de la fundación de la Ciudad de Durango. Fue fundado como villa por los españoles en 1563 sobre lo que antes había sido una misión fran-

ciscana. Los templos de Nombre de Dios forman parte del Camino Real de Tierra Adentro (Secretaría de Turismo, 2019).

Nombre de Dios es la villa más antigua de la Nueva Vizcaya, la primera provincia fundada en el norte de la Nueva España por los colonizadores, dotada de hermosos paisajes, antiguas tradiciones, una larga lista de templos, como la capilla de San Antonio de Padua de la Ex Hacienda de Juana Guerra, primer sitio designado como Patrimonio Mundial por la UNESCO en este municipio (Secretaría de Turismo, 2024) y una deliciosa gastronomía que se destaca por sus famosas gorditas de maíz rellenas de todo tipo de guisos, dulces y conservas, vinos frutales, cerveza artesanal y la producción de mezcal artesanal en sus tradicionales vinatas.

Pueblos Mágicos son destinos que a través del tiempo y ante la modernidad, han conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural; y la manifiestan en diversas expresiones atractivas para el turismo (Secretaría de Turismo, 2021). El programa busca fomentar el desarrollo sustentable de las localidades a través de la propuesta de valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio, teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero actual.

El modelo tradicional de desarrollo turístico se caracterizó por la concentración en destinos de sol y playa. Esto restringió las oportunidades de desarrollo regional, generando un vacío de actividad turística en amplias áreas de México y desaprovechando su rica diversidad del patrimonio biocultural. De acuerdo con el Plan de Desarrollo Turístico 2019-2024 (Secretaría de Turismo, 2020) se ha buscado promover que el turismo sea un derecho que incluya a toda la población, especialmente a los más vulnerables, para que la actividad turística permee como una herramienta de integración y bienestar. En este sentido, Pueblos Mágicos se incluye dentro de las acciones para garantizar una opción de bienestar y desarrollo no solo para los turistas, sino para los prestadores de servicios turísticos en estos destinos que en su gran mayoría son micro y pequeñas empresas de origen familiar.

La cadena de suministro del turismo abarca la red de organizaciones, recursos y actividades que intervienen en la prestación de servicios turísticos desde los proveedores de materias primas, materiales y servicios, los operadores turísticos y otras entidades relacionadas como los servicios bancarios, de internet, médicos y de emergencia al servicio de los turistas, hasta los consumidores finales y el manejo de desechos sustentable. Los operadores turísticos ofrecen servicios principalmente de alojamiento, transporte, proveedores de excursiones y experiencias, operadores de tierra y producción de alimentos y artesanía (Font et al., 2006).

El nicho de mercado de los Pueblos Mágicos busca experiencias culturales auténticas, contacto con la historia y tradiciones locales, tranquilidad y actividades al aire libre. Prefieren

ambientes menos concurridos, valoran la identidad regional y el ecoturismo, y suelen interesarse por la gastronomía y el patrimonio cultural. De acuerdo con la Dirección Municipal de Nombre de Dios (2024), el 71.36% proviene de la Ciudad de Durango. El 41.71% son mujeres, el 36.29% son hombres y 22% restante son menores de edad. El 52.62% viaja en familia. Según Delgado Ayala & Méndez Sosa, (2022) el 70% de las investigaciones y decisiones sobre los viajes a los Pueblos Mágicos las hacen las mujeres, pues son ellas quien toman las decisiones de este tipo en su familia. Los datos muestran que los visitantes pertenecen a tres generaciones: los Baby Boomers, nacidos entre 1946 y 1964, que se encuentran en edad de retiro, prefieren la recomendación de boca en boca y valoran mucho la calidad en el servicio, los nacidos entre 1965 y 1979 o Generación X, que usan mucho las tecnologías de la información y son muy exigentes y los nacidos entre 1980 y 1999 o Generación Millennial, que usan mucho el internet y son el nicho con mayor poder adquisitivo. El análisis de los datos infiere que tres de cada diez visitantes a los PM pertenecen a la Generación X, cuatro de cada 10 a la Generación Millennial y dos de cada diez a los Baby Boomers por lo que los integrantes de la cadena de suministro del turismo de los Pueblos Mágicos deben de adaptar sus servicios a las necesidades de cada nicho.

En México, el 99% de las unidades económicas son micro y pequeñas empresas, son 4.69 millones de establecimientos que generan el 52% de los ingresos y representan el 68.4% de los empleos generados en conjunto con las medianas empresas, de ahí la importancia de su estudio y fortalecimiento para impulsar el desarrollo regional (Secretaría de Economía, Subsecretaría de Comercio Exterior., 2024). Una de sus fortalezas es la diversificación y diferenciación de sus productos, los sectores más significativos de su actividad económica son: Comercio al por menor, cinco de cada diez, Servicios, cuatro de cada diez y Manufactura, una de cada diez empresas. En México, el 90 % de las MYPES son propiedad y gestión familiar, lo que les da un fuerte sentido de tradición y continuidad. En este contexto, las MYPES también enfrentan retos, algunos de éstos son: su baja esperanza de vida, el escaso conocimiento en habilidades digitales, la complejidad administrativa y financiera para iniciar un negocio y el acceso limitado a las tecnologías digitales y emergentes como la Inteligencia Artificial, por lo que se vislumbra una brecha que cubrir entre las necesidades del nicho de mercado de los Pueblos Mágicos y las MYPES que integran la cadena de suministro turística de estas localidades.

PESTEL es una metodología de análisis del entorno basado en los factores Políticos, Económicos, Sociales y Culturales, Tecnológicos y Legales, que tiene como propósito simplificar la detección de oportunidades y amenazas que pueden afectar a una organización en un periodo y lugar determinado (Arroyo Tovar & Zambrano Cancañón, 2024, 85). Una organi-

zación debe de medir periódicamente el entorno a fin de evaluar los factores en el entorno que puedan favorecer o afectar los resultados de su desempeño.

Metodología

La presente investigación tiene un alcance descriptivo y emplea un enfoque mixto, no experimental, de forma transversal (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2023, 532-570) con el fin de identificar si los factores de análisis ambiental externo, son favorables para las MYPES en Nombre de Dios, Durango, México, dentro del marco del Programa Pueblos Mágicos. La metodología cuantitativa se apoya en la recolección de datos a través de encuestas aplicadas a 388 MYPES, mientras que el enfoque cualitativo se fundamenta en el análisis del entorno usando el modelo PESTEL, lo cual permite una valoración integral de los recursos y del entorno de Nombre de Dios.

H1: Las MYPES de Nombre de Dios cuentan con un entorno favorable y poseen recursos y capacidades que, pueden fortalecer su competitividad y atractivo turístico en el marco del programa Pueblos Mágicos.

El levantamiento se realizó en Nombre de Dios, Durango, México, entre directores y directoras de la empresa: fue el caso de propietarios (90%), directores o gerentes de las MYPES (5%) y otros (5%)— de micro y pequeñas empresas —en el rango de 1 a 25 empleados—; se tuvo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, más una probabilidad estimada de $p = 0.5$ (50%). En la Tabla 1 se muestra su definición conceptual y operacional.

Tabla 29.1

Definición conceptual y operacional de las variables cualitativas en la Metodología PESTEL

Dimensión	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
Política	Estabilidad política	Grado de estabilidad del contexto político	Percepción de la estabilidad política en entrevista a comerciantes y turistas según notas periodísticas y redes sociales
Económica	Economía local	Salud económica de Nombre de Dios	Tasa de crecimiento económico del municipio según informes oficiales.

Dimensión	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
Social	Percepción y actitud de la comunidad	Grado de aceptación y valoración del turismo por parte de los habitantes	Nivel de aceptación del turismo en opiniones de residentes según notas periódicas y redes sociales
Tecnológica	Digitalización de servicios	Grado de adopción de tecnología en servicios turísticos	Número de establecimientos que ofrecen pagos electrónicos, sistemas de reservas online; percepción de los turistas sobre la facilidad de acceso a servicios digitales.
Ecológica	Impacto ambiental del turismo	Efectos de la actividad turística en el entorno natural y en el patrimonio cultural	Medición del impacto turístico en ecosistemas locales según Informes oficiales e investigaciones previas
Legal	Normas y regulaciones en turismo	Marco normativo que regula la actividad turística	Número de regulaciones municipales, estatales y federales, Normas Oficiales Mexicanas aplicables al turismo en Pueblos Mágicos

Fuente: elaboración propia con información recopilada en investigación documental y entrevistas semiestructuradas

El instrumento de medición cuantitativa se compone de cinco secciones. La primera aborda datos generales de la empresa; la segunda trata los datos del directivo; la tercera se refiere a los insumos del sistema; la cuarta expone los procesos del sistema; la quinta las salidas del sistema. Se emplea una escala de Likert de cinco puntos que va de muy en desacuerdo (1) a muy de acuerdo (5).

El 66% de las MYPES pertenece al giro comercial, el 25.3% a la prestación de servicios y solo el 8.8% a la manufactura; la antigüedad del 21.1% de los negocios es menor a tres años. Los empleos que ofrecen están en el rango de 1 a 25 trabajadores; el 95.1% de las empresas emplea de 1 a 10 trabajadores y el 82% tienen en su plantilla de 1 a 10 mujeres, mientras que en el 74% colaboran de 1 a 5 familiares del propietario.

Para asegurar la confiabilidad y validez del instrumento cuantitativo, se empleó el coeficiente de Alfa de Cronbach, que permite asegurar que los ítems reflejen de manera confiable las categorías planteadas y respalden la interpretación de los resultados obtenidos.

En la Tabla 28.2 se presenta la definición conceptual y operacional de las variables objeto de la presente investigación y la validez del instrumento.

Tabla 29.2

Definición conceptual y operacional de las variables cuantitativas

Dimensión	Variable	Definición Conceptual	Alfa de Cronbach	Media
Definición operacional	Total		0.924	4.115
Entradas del sistema (4 ítems)			0.818	4.442
	Recursos Humanos	Acciones, políticas y prácticas que está relacionado con la gestión de personas en empresas y organizaciones	0.804	4.537
	Análisis de mercado/ Manejo de información	Busca identificar las amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades del producto o servicio	0.756	4.272
	Proveedores	Entidad que proporciona productos o servicios a una organización	0.749	4.517
Transformación del sistema (18 ítems)			0.879	3.879
	Dirección	Enfoque y diseño estratégico para el manejo y gestión de la empresa	0.764	4.053
	Gestión de ventas	Es el núcleo de las operaciones económicas, conexión directa con los clientes	0.819	3.600
	Finanzas	Concepto multi-dimensional con enfoque servicios financieros,	0.767	4.439

Dimensión	Variable	Definición Conceptual	Alfa de Cronbach	Media
	Innovación	Acción de implementar procesos, servicio o bienes nuevos o mejorados en la empresa	0.790	3.122
	Mercadotecnia	Acciones para crear, comunicar y entregar valor para satisfacer las necesidades del mercado	0.834	4.007
	Producción Operación	Manejo y gestión de la empresa en la búsqueda de optimizar procesos	0.760	4.280
Resultados del sistema (21 items)			0.865	4.292
	Ventaja competitiva	Valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores	0.815	4.501
	Responsabilidad social corporativa	Contribución y retribución a las necesidades sociales y ambientales de las comunidades	0.781	4.194
	Valoración del entorno	Es la comprensión del conjunto de condiciones externas a la empresa	0.897	4.249

Fuente: Elaboración propia utilizando IBM SPSS 21

Resultados

A continuación, se presentan en la Tabla 29.3 los resultados obtenidos del Análisis PESTEL del entorno en el que se desarrollan las actividades de las MYPES pertenecientes a la cadena de suministro turística de Nombre de Dios como Pueblo Mágico.

Tabla 29.3

Resultados del análisis del entorno de las MYPES pertenecientes a la cadena de suministro turística de Nombre de Dios como Pueblo Mágico

Dimensión	Variable	Resultados	Impacto turístico
Política	Estabilidad política	La inestabilidad política preocupa a empresarios y turistas. A pesar de las mejoras en seguridad pública, los incidentes viales y violencia afectan la confianza y el desarrollo turístico, manteniendo una imagen negativa.	La desconfianza afecta el turismo y la economía, pero mejorar seguridad e infraestructura representa una oportunidad para fortalecer a Nombre de Dios como un atractivo y consolidado Pueblo Mágico.
Económica	Economía local	La economía local, basada en agricultura, ganadería y minería, creció 4.8% (2019-2024), pero enfrenta desafíos de diversificación y una infraestructura limitada que restringe el desarrollo del turismo en Nombre de Dios.	Las MYPES impulsan la economía con productos locales. Inversiones públicas, privadas e incentivos fiscales son clave para mejorar la infraestructura turística, atraer visitantes y fortalecer el empleo en Nombre de Dios.
Social	Percepción y actitud de la comunidad	La comunidad valora el turismo por sus beneficios económicos y culturales, colaborando en eventos; sin embargo, preocupa el impacto ambiental, destacando la importancia de implementar prácticas responsables para preservar los recursos naturales.	La percepción positiva ofrece una base sólida para el desarrollo turístico y la integración comunitaria. El apoyo institucional ha sido clave, pero la limitada infraestructura turística plantea desafíos para mejorar la experiencia y sostenibilidad.

Dimensión	Variable	Resultados	Impacto turístico
Tecnológica	Digitalización de servicios	La infraestructura tecnológica crece, pero persisten desafíos. Servicios como reservas en línea y pagos electrónicos mejoran la experiencia turística, ayudando a las MYPES a adaptarse a las expectativas modernas de los visitantes.	Mejorar internet y capacitación digital es crucial para potenciar el turismo. Integrar autenticidad cultural con tecnología asegura un desarrollo turístico sostenible y atractivo en Nombre de Dios.
Ecológica	Impacto ambiental del turismo	La comunidad valora el turismo como fuente de ingresos, pero preocupa la degradación ambiental y pérdida cultural. El aumento de turistas afecta los recursos naturales, especialmente ríos y arroyos, por contaminación y residuos.	Adoptar turismo sostenible requiere gestión eficiente de residuos, monitoreo de calidad del agua, regulaciones claras y campañas educativas para turistas y residentes, promoviendo la conservación ambiental y prácticas responsables en temporadas altas.
Legal	Normas y regulaciones en turismo	La Ley General de Turismo, el Programa de Pueblos Mágicos y las Normas Oficiales Mexicanas aplicables garantizan seguridad, higiene y profesionalización en servicios turísticos. La Ley Estatal de Durango regula y promueve estas actividades.	La regulación federal y estatal fortalece el potencial turístico de las MYPES en Nombre de Dios, garantizando seguridad, calidad y competitividad, lo que atrae turistas e inversionistas y fomenta el desarrollo sostenible.

Fuente: Elaboración propia con información de investigación documental y entrevistas semiestructuradas

En la Tabla 29.4 se muestran los valores obtenidos al realizar el análisis de la correlación de Spearman (Kuckartz et al., 2010)

Tabla 29.4

Resultados del análisis de correlación de las variables del proceso en MYPES pertenecientes a la cadena de suministro turística de Nombre de Dios como Pueblo Mágico.

Dimensión	Variable	Alfa de Cronbach	Media	Correlación de Spearman
	Total	0.924	4.115	
Entradas del sistema (4 ítems)		0.818		
	4.442			
	Recursos Humanos	0.804	4.537	0.467
	Análisis de mercado/ Manejo de información	0.756	4.272	0.492
	Proveedores	0.749	4.517	0.082
Transformación del sistema (18 ítems)		0.879	3.879	
	Dirección	0.764	4.053	0.347
	Gestión de ventas	0.819	3.600	0.560
	Finanzas	0.767	4.439	0.369
	Innovación	0.790	3.122	0.528
	Mercadotecnia	0.834	4.007	0.601
	Producción Operación	0.760	4.280	0.330
Resultados del sistema (21 ítems)		0.865	4.292	
	Ventaja competitiva	0.815	4.501	0.723
	Responsabilidad social corporativa	0.781	4.194	0.666
	Valoración del entorno	0.897	4.249	0.754

Fuente: Elaboración propia utilizando IBM SPSS 21

Las variables evaluadas en el estudio muestran consistencia interna del instrumento mediante el análisis del Alfa de Cronbach, se observa dentro de la Tabla 29.4.

Discusión

El análisis estratégico sobre las MYPES de Nombre de Dios, Durango, dentro del contexto del programa Pueblos Mágicos, evidencia tanto el potencial como los desafíos presentes en este entorno. Este estudio contribuye al conocimiento existente al destacar las capacidades internas de estas empresas, combinadas con las oportunidades derivadas de su entorno, que pueden fortalecer su vocación turística y económica.

Un vacío clave en la literatura previa es la falta de análisis específico sobre cómo las MYPES en localidades como Nombre de Dios pueden integrarse eficazmente a las cadenas de suministro turístico. Este trabajo aporta un enfoque integral mediante la aplicación de herramientas como el Análisis PESTEL y la correlación de Spearman, identificando factores críticos para la sostenibilidad y competitividad de las MYPES. Los hallazgos confirman que el aprovechamiento sustentable de recursos naturales y su patrimonio biocultural, son oportunidades para su desarrollo. El análisis revela también que mientras la percepción de la comunidad hacia el turismo es favorable, aspectos como la inestabilidad política, y la limitada infraestructura turística y digital siguen siendo barreras significativas. La digitalización de servicios turísticos y la adopción de prácticas sostenibles, si bien están en progreso, aún necesitan fortalecerse.

La correlación de Spearman subraya que variables con las correlaciones más altas, como las condiciones del entorno, la ventaja competitiva y la responsabilidad social son factores clave en el éxito de las MYPES dentro de la cadena de suministro turística. Las variables con una correlación moderada como recursos humanos, mercadotecnia y gestión de ventas tienen un impacto importante, más no definitivo, lo que sugiere que estrategias digitales y comerciales pueden fortalecer la competitividad. Las variables con una baja correlación como la relación con proveedores, dirección y finanzas no parece ser un factor determinante, por lo que las MYPES pueden enfocarse más en estrategias de diferenciación y sostenibilidad. Por lo que se comprueba la hipótesis H1 de que las MYPES de Nombre de Dios cuentan con un entorno favorable y poseen recursos y capacidades que, pueden fortalecer su competitividad y atractivo turístico en el marco del programa Pueblos Mágicos

Este trabajo propone como principales estrategias el fortalecimiento de la seguridad, inversiones en infraestructura turística y digital, y capacitación en prácticas de turismo sustentable y tecnologías digitales para las MYPES. Asimismo, se recomienda la promoción de alianzas público-privadas para fomentar inversiones sostenibles. En síntesis, el estudio no solo aporta al entendimiento de las dinámicas económicas y turísticas de Nombre de Dios, sino que también ofrece un marco para replicar este análisis en otros Pueblos Mágicos.

Conclusiones

El estudio de las MYPES de Nombre de Dios, Durango que participan en la cadena de suministro turística, evidencia su papel estratégico en el fortalecimiento del turismo local y el desarrollo económico del municipio como Pueblo Mágico.

El análisis cualitativo revela entre los principales hallazgos en el entorno, oportunidades como un alto potencial de las MYPES para adaptarse y prosperar mediante estrategias

enfocadas en la sostenibilidad, la innovación y la digitalización. Las amenazas provienen de la percepción de inestabilidad política, la infraestructura turística y tecnológica insuficiente. Estas empresas familiares, que constituyen la mayoría de las unidades económicas locales, pueden convertirse en agentes de cambio al conectar su oferta con las expectativas del nicho de mercado, caracterizado por turistas en busca de autenticidad y experiencias sustentables.

En el análisis cuantitativo, la correlación de variables como ventaja competitiva, responsabilidad social corporativa y valoración del entorno refuerza la importancia de estas dimensiones en el éxito empresarial y turístico. El fortalecimiento de la seguridad, la inversión en infraestructura y la capacitación tecnológica son áreas prioritarias para consolidar a Nombre de Dios como un destino competitivo y sostenible.

Futuras investigaciones podrían profundizar en la implementación de estrategias específicas para abordar las brechas identificadas, así como en el impacto de políticas públicas orientadas al turismo sostenible en Pueblos Mágicos. En resumen, este trabajo aporta un marco para el diseño de estrategias que promuevan el desarrollo integral de las MYPES en Nombre de Dios. Su enfoque en el aprovechamiento de recursos locales y la superación de desafíos estructurales ofrece una base sólida para potenciar la competitividad de este destino y otros similares, contribuyendo así al bienestar comunitario.

Referencias

- Arroyo Tovar, R., & Zambrano Cancañón, C. E. (2024). Cambio organizacional sostenible: Con metodologías ágiles y pensamiento Lean (1a ed.). Ecoe Ediciones.
- Delgado Ayala, M. E., & Méndez Sosa, M. d. C. (2022, diciembre). MARKETING PARA PUEBLOS MÁGICOS DE MÉXICO: ENCADENAMIENTO ENTRE DEMANDA Y ESTRATEGIAS. RILCO DS: Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación, 4(38), 40-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8850236>
- Dirección Municipal de Nombre de Dios. (2024, marzo 11). Evaluación del Patrimonio Turístico [Informe técnico]. Nombre de Dios, Durango, México.
- Farinha, L., & Lopes, J. (2020). Assessing Regional Advantage Based on Smart Specialisation Strategies. Building an Entrepreneurial and Sustainable Society, 150-179. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2704-7.ch008>
- Font, X., Tapper, R., Schwartz, K., & Kornilaki, M. (2006, julio 20). Sustainable supply chain management in tourism. Wiley Online Library. Retrieved octubre 27, 2024, from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/bse.527>

- González E., & Hernández. (2024). La ventaja competitiva: Una perspectiva desde la teoría de sistemas. Micro y pequeñas empresas, en Aguascalientes, Aguascalientes, México. In La ventaja competitiva de la micro y pequeña empresa desde la perspectiva desde la teoría de sistemas. Resultados de una investigación con directivos en Latinoamérica. (1st ed., Vol. 1, pp. 21-26). McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2023). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (2a ed.). McGraw-Hill Education.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2024, marzo 11). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [Micro y pequeñas empresas del Municipio de Nombre de Dios Durango]. DENU. Retrieved marzo 11, 2024, from <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/default.aspx>
- Knott, P. J. (2015, julio 15). Does VRIO help managers evaluate a firm's resources? Management Decision, 53(8), 1806-1822. <http://dx.doi.org/10.1108/MD-08-2014-0525>
- Kuckartz, U., Rädiker, S., Ebert, T., & Schehl, J. (2010). Statistik: Eine verständliche Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Organización Mundial del Turismo. (2021). Panorama del Turismo Internacional Edición 2020. Organización Mundial del Turismo. Retrieved octubre 22, 2024, from <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>
- Organización Mundial del Turismo. (2024, January 19). El turismo internacional alcanzará en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia. UN Tourism. Retrieved October 22, 2024, from <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzara-en-2024-los-niveles-registrados-antes-de-la-pandemia>
- Ortiz Martínez, F. I. (2020, febrero). "Factores de gestión en un Pueblo Mágico: Análisis de sus componentes desde la perspectiva de los Stakeholders". Retrieved octubre 25, 2024, from https://ri.ujat.mx/bitstream/20.500.12107/3526/1/Tesis_Fabiola_Itzel_Ortiz.pdf
- Secretaría de Economía, Subsecretaría de Comercio Exterior. (2024, June 26). Mipymes mexicanas: motor de nuestra economía. Gobierno de México. Retrieved October 27, 2024, from https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/923851/20240626_Dossier_MIPYMES_SALIDA_Interactivo_5_.pdf
- Secretaría de Turismo. (2019, julio 31). Nombre de Dios, Durango | Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx. Gobierno de México. Retrieved octubre 23, 2024, from <https://www.gob.mx/sectur/articulos/nombre-de-dios-durango>
- Secretaría de Turismo. (2020, julio 3). PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO. Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx. Retrieved October 26, 2024, from https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596145&fecha=03/07/2020#gsc.tab=0
- Secretaría de Turismo. (2021). Guía de incorporación y permanencia en Pueblos Mágicos. Retrieved octubre 25, 2024, from <https://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>

- Secretaría de Turismo. (2024, septiembre 1). 6o Informe de Labores 2023-2024. Secretaría de Turismo. Retrieved octubre 23, 2024, from <https://www.gob.mx/sectur/articulos/secretaria-de-turismo-sexto-informe-de-labores-2023-2024>
- Secretaría de Turismo. (2024, octubre 2024). Nombre de Dios - Pueblos Mágicos. Pueblos Mágicos. Retrieved October 23, 2024, from <https://pueblosmagicos.mexicodesconocido.com.mx/durango/nombre-de-dios-durango/>
- Vassolo, R., & Silvestri, L. (2011). Dirección estratégica en países emergentes: elementos fundamentales para plantear el crecimiento de las empresas latinoamericanas (1a ed.). Granica, Ediciones, S.A.