

# **LA RELACIÓN ENTRE LA COMPETITIVIDAD Y LA IMAGEN PERCIBIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MEXICANOS**

## **Antecedentes teóricos y trabajos empíricos recientes**

*Aurora Irma Máynez Guaderrama*

*U.A. de Ciudad Juárez - México*

*Alejandro Palafox Muñoz*

*Erick Vera Sosa*

*Universidad de Quintana Roo - México*

*Judith Cavazos Arroyo*

*U.P.A. del Estado de Puebla - México*

*El presente documento tuvo por finalidad a) reconocer las relaciones existentes entre la competitividad de un destino turístico y la imagen percibida por sus visitantes; b) describir los antecedentes teóricos del proceso de formación de imagen; y, finalmente c) identificar las investigaciones empíricas desarrolladas recientemente respecto de la imagen de los destinos turísticos mexicanos. Para ello, se realizó la búsqueda de artículos y trabajos de investigación publicados en fuentes académicas durante el periodo 2006-2011. La indagación se realizó en Google Académico, Scirus, Science Direct, Jstor, Ebsco y Wiley, utilizando como palabras clave las siguientes: imagen, destino turístico, México. Se concluye que la temática con respecto al turismo en México es mínima, dejando al descubierto un objeto de estudio de interés para el ámbito turístico, el cual lleva desarrollándose poco más de treinta años sobre la misma imagen de destino, un destino de sol y playa para el turismo norteamericano.*

**PALABRAS CLAVE:** *competitividad, imagen de destino, estado de la cuestión, México, turismo.*