

---

*El artículo se publica como ahead of print. Ha superado la revisión por pares y ha sido aceptado para un número futuro. Esta versión es citable, aunque la versión final podrá incorporar ajustes formales no sustantivos.*

*This article is published ahead of print. It has undergone peer review and has been accepted for a forthcoming issue. This version is citable, although the final version may include non-substantive formal revisions.*

---

## Índice compuesto de competitividad digital de destinos patrimoniales en Cuba

Jorge Félix Quintana-Cala<sup>1</sup>; Elizabet Arrate-Rivero<sup>2</sup>; Sandro Felipe Acosta-Mesa<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. [jorgefelixquintanacala@gmail.com](mailto:jorgefelixquintanacala@gmail.com). ORCID: 0009-0000-0750-4170

<sup>2</sup> Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. [lisyarrate1209@gmail.com](mailto:lisyarrate1209@gmail.com). ORCID: 0009-0002-5881-9337

<sup>3</sup> Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. [sandrofelipeacostamesa@gmail.com](mailto:sandrofelipeacostamesa@gmail.com). ORCID: 0000-0002-4170-7892

---

**Cite:** Quintana-Cala, J. F.; Arrate-Rivero, E. & Acosta-Mesa, S. F. (2026). Índice compuesto de competitividad digital de destinos patrimoniales en Cuba. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 24(3), 202624043. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.043>

---

*Recibido: 22/09/2025 · Reenviado: 04/12/2025 · Aceptado: 16/01/2026 · Sometido a evaluación por pares anónimos*

---

**Resumen:** La competitividad turística se ha consolidado como un factor clave para el posicionamiento de los destinos en un entorno global marcado por la transformación digital. En este escenario, la competitividad digital resulta decisiva para la gestión turística. En Cuba persiste una brecha en la medición de la competitividad digital de los destinos patrimoniales, lo que limita su desarrollo. Por ello, el objetivo general de la investigación fue determinar el índice compuesto de competitividad digital de destinos patrimoniales en Cuba. El estudio integró métodos cuantitativos y cualitativos, combinando revisión bibliográfica, análisis documental y minería de datos en plataformas digitales, procesados con R-Studio y Python. El índice compuesto se construyó a partir de los indicadores de Shannon y Gini, complementados con la curva de Lorenz y validados mediante pruebas estadísticas. Los resultados aportan una herramienta novedosa para medir la competitividad digital, ofreciendo un referente replicable que fortalece la gestión del turismo patrimonial en Cuba.

**Palabras Clave:** competitividad digital; Cuba; destinos patrimoniales; gestión turística; índice compuesto; turismo patrimonial; transformación digital

---

## Composite Index of Digital Competitiveness of Heritage Destinations in Cuba

**Abstract:** Tourism competitiveness has become a key factor in positioning destinations in a global environment marked by digital transformation. In this scenario, digital competitiveness is crucial for tourism management. In Cuba, there is still a gap in the measurement of the digital competitiveness of heritage destinations, which limits their development. Therefore, the overall objective of the research was to determine the composite index of digital competitiveness of heritage destinations in Cuba. The study integrated quantitative and qualitative methods, combining literature review, document analysis, and data mining on digital platforms, processed with R-Studio and Python. The composite index was constructed using the Shannon and Gini indicators, complemented by the Lorenz curve and validated by statistical tests. The results provide a novel tool for measuring digital competitiveness, offering a replicable benchmark that strengthens the management of heritage tourism in Cuba.

**Keywords:** digital competitiveness; Cuba; heritage destinations; tourism management; composite index; heritage tourism; digital transformation

---

### 1. INTRODUCCIÓN

La competitividad turística se ha convertido en un eje central del desarrollo sostenible y la gestión de los destinos a nivel mundial. En un entorno global caracterizado por la alta rivalidad entre territorios, medir el grado de competitividad permite identificar fortalezas, debilidades y oportunidades estratégicas que favorecen la planificación y el posicionamiento turístico (Rodríguez et al., 2019). La competitividad, entendida como la capacidad de un destino para ofrecer experiencias de calidad que aseguren beneficios económicos, sociales y ambientales, constituye hoy un factor clave en la sostenibilidad del sector (Villa-Zamorano, 2025).

Los destinos patrimoniales, reconocidos por la UNESCO por su valor universal excepcional, son espacios culturales y naturales que integran componentes materiales e inmateriales de relevancia histórica, artística y ambiental. Como señalan Silva y Fernández (2015), estos representan “una figura que sintetiza el acervo patrimonial de una comunidad y se erige en una potencialidad para el desarrollo territorial y el incremento de la calidad de vida de las poblaciones”, integrando componentes culturales, naturales y mixtos como parte del Patrimonio Mundial. Su condición dual (preservar su autenticidad y adaptarse a la dinámica turística global) plantea el reto de equilibrar conservación y competitividad, especialmente en contextos con alta densidad de sitios patrimoniales (Cobo-de-Guzmán, 2018).

Evaluar el desempeño de estos destinos requiere instrumentos metodológicos que trasciendan la perspectiva económica tradicional e integren dimensiones sociales, culturales, ambientales y tecnológicas. En este contexto, los índices compuestos de competitividad (ICC) se consolidan como herramientas que permiten medir de forma integral el comportamiento turístico mediante variables multidimensionales. Estos indicadores combinan factores cuantitativos y cualitativos, facilitando comparaciones objetivas entre territorios y una toma de decisiones basada en evidencia (Márquez et al., 2024).

Dentro de esta tipología, el Índice Compuesto de Competitividad Digital (ICCD) adquiere particular relevancia al incorporar la dimensión tecnológica como elemento estratégico del desempeño turístico. Su aplicación en los destinos patrimoniales permite analizar su reputación, visibilidad y capacidad de

innovación en los entornos virtuales y su alineación con los nuevos patrones de consumo y gestión del turismo (Marín-Idárraga et al., 2023; Mazaro y Varzin, 2008).

Diversas investigaciones coinciden en que la competitividad de un destino no depende únicamente de la infraestructura o la promoción, esta también de la gestión eficiente del territorio y de la valorización del patrimonio cultural y natural (Roldán et al., 2021; Ortíz y Vázquez, 2021). Los destinos patrimoniales se configuran como espacios estratégicos para el turismo sostenible, donde la evaluación de su desempeño, particularmente en el entorno digital, permite articular la conservación del patrimonio con el desarrollo local y la cohesión social.

En el caso de Cuba, el turismo constituye uno de los principales motores de la economía nacional, sustentado en la riqueza y diversidad de su patrimonio cultural y natural. Los sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como La Habana Vieja y su sistema de fortificaciones (1982), Trinidad y el Valle de los Ingenios (1988), el Castillo de San Pedro de la Roca en Santiago de Cuba (1997), el Valle de Viñales (1999), el Parque Nacional Desembarco del Granma (1999), el Paisaje Arqueológico de las primeras plantaciones de café del sudeste de Cuba (2000), el Parque Nacional Alejandro de Humboldt (2001), el Centro Histórico de Cienfuegos (2005) y Camagüey (2008); representan referentes esenciales del legado histórico y paisajístico del país (UNESCO, 1982, 1988, 1997, 1999a, 1999b, 2000, 2001, 2005, 2008).

Sin embargo, a pesar de los avances en la digitalización del turismo y del interés por fortalecer la competitividad de los destinos, en Cuba persiste una brecha teórica y metodológica en la evaluación integral de su desempeño digital. La mayoría de los estudios mantienen un enfoque descriptivo o fragmentado que no incorpora de forma adecuada las dimensiones tecnológicas y esto limita la capacidad de los gestores para comparar resultados, identificar oportunidades y diseñar estrategias basadas en evidencia (Batista y Pérez, 2024).

Esta limitación pone de manifiesto la necesidad de un marco analítico más sistemático y estandarizado que permita valorar de manera integral la gestión y proyección de los destinos patrimoniales cubanos. En este escenario, resulta pertinente desarrollar un índice que diagnostique su nivel de desempeño en entornos digitales y oriente acciones orientadas a reforzar su sostenibilidad, atractivo y resiliencia frente a las presiones del turismo contemporáneo. En correspondencia, la presente investigación tiene como objetivo general: determinar el Índice Compuesto de Competitividad Digital de destinos patrimoniales en Cuba.

## **2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN**

Como elemento fundamental de esta investigación, la competitividad de los destinos turísticos se aborda como un constructo multidimensional que engloba y da sentido a variables clave de activos intangibles, en línea con el enfoque propuesto por Villa-Hernández et al. (2021). La competitividad turística ha sido abordada desde diversas perspectivas, destacando la propuesta de Dwyer y Kim (2003), quienes la definen como la capacidad de un destino para ofrecer bienes y servicios de calidad superior que resulten atractivos para los turistas, asegurando al mismo tiempo el bienestar de la población local.

Por otro lado, Torres et al. (2018) definen la competitividad turística como el resultado de la interacción de múltiples factores económicos, institucionales y ambientales que buscan mejorar el crecimiento y desarrollo de los destinos turísticos de manera sustentable. Este enfoque destaca la necesidad de equilibrar la promoción del turismo con la conservación de los recursos naturales y culturales.

Entre la visión tradicional de la competitividad turística y su evolución en el entorno digital existe una transición natural: si bien Valladares (2019) enfatiza la competitividad turística como la capacidad de las empresas y territorios turísticos para dinamizar sus funciones mediante modelos estratégicos que potencien las ventajas locales y permitan competir en mercados internacionales. Este autor subraya el papel de las estructuras de gestión y planificación regional en el desarrollo competitivo, sin embargo, el avance tecnológico y la irrupción de las plataformas digitales han transformado la manera en que los destinos se posicionan, comunican y relacionan con sus públicos. Esta transformación exige repensar la competitividad no solo en términos de recursos endógenos y planificación institucional, sino también en función de la capacidad de los destinos para integrar herramientas digitales que amplifiquen su atractivo, gestionen su imagen y fortalezcan la experiencia del turista antes, durante y después del viaje.

En este contexto, esta noción se amplía hacia la competitividad digital, entendida como la capacidad de los destinos para generar visibilidad, reputación y confianza a través de las plataformas en línea. En esta misma línea, Quattrini et al., (2023) sostienen que la digitalización constituye un recurso estratégico que incrementa la ventaja competitiva de los destinos patrimoniales mediante la gestión de la información digital y la interacción con los usuarios. Según Rojas y Villalba (2025), esta competitividad se manifiesta en la integración de herramientas de marketing digital que permiten a las empresas turísticas innovar, adaptarse al entorno digital y posicionarse estratégicamente en mercados altamente competitivos.

Otro aporte destacado es el de Vidal et al. (2025), quienes definen la competitividad digital como la habilidad de los destinos turísticos inteligentes para fortalecer su capacidad innovadora mediante la gestión del talento tecnológico y la adopción de herramientas digitales que impulsen la transformación digital del sector. En esta misma línea, Sandoval y Osorio (2021) sostienen que dicha competitividad depende de la capacidad de los destinos y las plataformas en línea para generar confianza, fidelidad y adaptación dinámica ante crisis, utilizando el análisis de datos y las capacidades digitales como fuentes de ventaja competitiva. Bajo esta perspectiva, la medición de la competitividad digital requiere del uso de herramientas que evalúen el nivel de innovación tecnológica, la gestión de la información y el impacto de las estrategias digitales en el posicionamiento de los destinos turísticos.

Para evaluar fenómenos complejos como la competitividad digital se recurre al uso de índices compuestos, definidos por Nardo et al. (2008) como medidas sintéticas que permiten combinar múltiples indicadores en una sola variable. Mikulić et al. (2015) plantean que la selección de indicadores y los criterios de ponderación son determinantes para obtener resultados robustos en la construcción de rankings turísticos.

Para ello, el índice de Shannon, introducido originalmente por Shannon (1948) en el marco de la teoría de la información, cuya pertinencia en contextos de análisis de interacciones humanas, incluyendo entornos digitales ha sido validada recientemente por Ausloos (2023). Su aplicación en el turismo patrimonial permite medir la diversidad de interacciones y la distribución equitativa de las reseñas en línea.

Otro indicador es el índice de Gini, desarrollado por Gini (1912) para cuantificar la desigualdad, y representado gráficamente mediante la curva de Lorenz aplicada por Wei (2024) para medir desigualdades en la distribución de beneficios en cualquier ámbito incluidas las reseñas en plataformas digitales. Demostrando su capacidad para detectar si la reputación digital está concentrada en pocos usuarios o distribuida de manera más equilibrada.

En cuanto a la dimensión de percepción de calidad, las reseñas y ratings en línea constituyen hoy una de las principales fuentes de información turística. Filieri et al. (2015) las define como contenidos generados por usuarios que influyen directamente en la decisión de viaje, mientras que Luca (2011) afirma que un aumento en la valoración promedio se traduce en un incremento significativo en la demanda. Asimismo, Mariani et al. (2023) subrayan que el rating promedio debe analizarse junto con la cantidad de reseñas, pues existe un sesgo estadístico cuando se considera solo la valoración sin el volumen de opiniones.

De ahí la construcción de rankings ponderados, donde la valoración se combina con la cantidad de reseñas. Anderson y Magruder (2012) argumentan que esta metodología refleja con mayor precisión la reputación, ya que pondera simultáneamente la calidad percibida y el nivel de participación de los visitantes de manera implícita. Por ello, se recomiendan aplicar pruebas de sensibilidad en los rankings turísticos, con el fin de validar la estabilidad de los resultados ante cambios en la ponderación de las variables.

La validación estadística se ve representada por el análisis ANOVA, útil para verificar la existencia de diferencias significativas entre grupos. Mientras que Hair et al. (2010) destacan que la correlación permite comprobar la validez de los constructos al evaluar la relación entre variables. Recientemente Song (2025) demostró que estas técnicas son eficaces para validar índices de competitividad turística en distintos destinos, lo que respalda su aplicación en este estudio.

### **3. METODOLOGÍA**

La investigación se caracterizó por poseer un enfoque mixto, integrando análisis cuantitativos y cualitativos (Hernández-Sampieri et al., 2014). Se desarrolló en cuatro fases fundamentales que garantizaron una secuencia lógica y coherente en el proceso investigativo (Tabla 1).

**Tabla 1. Trayectoria metodológica de la investigación**

No.	Fases	Etapas	Métodos, técnicas, herramientas y procedimientos
I	Fundamentación teórica de la investigación.	Revisión de literatura sobre competitividad digital e índices compuestos.	Análisis documental
		Selección de variables e indicadores para el ICCD.	Revisión bibliográfica
		Definición de los destinos patrimoniales a analizar.	Análisis-síntesis
			Abstracción-integración Inducción-deducción
II	Recolección de datos de los destinos objeto de estudio.	Identificación de plataformas digitales relevantes (Tripadvisor, Google Reviews).	Minería de datos.
		Extracción de reseñas, ratings y metadatos.	Web scraping (R/Python).
		Limpieza y depuración de datos.	R-Studio Microsoft Excel.
III	Construcción del índice compuesto de competitividad digital por destino.	Cálculo de indicadores de diversidad y concentración (Shannon, Gini).	Métodos estadístico-matemáticos.
		Normalización y ponderación de variables.	R-Studio.
		Obtención del índice compuesto por destino.	
IV	Validación de los resultados.	Validación del ICCD mediante	Métodos estadístico-matemáticos.
		Analysis of Variance (ANOVA) y correlaciones.	R-Studio.

**Fuente:** elaboración propia.

En la primera fase se aplicó la revisión bibliográfica y el análisis documental para fundamentar conceptualmente el estudio, apoyados en los procedimientos básicos del pensamiento lógico: abstracción-integración, inducción-deducción y análisis-síntesis (Muñoz, 2016). Se identificaron antecedentes sobre competitividad digital, diseño de índices compuestos y análisis de destinos patrimoniales. Con base en ello, se seleccionaron las variables e indicadores que conformaron el índice propuesto y se definió el universo de estudio, integrado por nueve destinos patrimoniales cubanos inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, elegidos por su reconocimiento oficial, su relevancia dentro de la oferta turística nacional y la disponibilidad de información digital en las plataformas analizadas:

- Valle de Viñales (D1)
- La Habana Vieja (D2)
- Trinidad y el Valle de los Ingenios (D3)
- Parque Nacional Desembarco del Granma (D4)
- Paisaje Arqueológico de las primeras plantaciones de café en el sudeste de Cuba (D5)
- Castillo de San Pedro de la Roca (D6)

- Centro Histórico Urbano de Camagüey (D7)
- Centro Histórico Urbano de Cienfuegos (D8)
- Parque Nacional Alejandro de Humboldt (D9)

La segunda fase se enfocó en la recopilación de información proveniente de plataformas digitales de referencia en la experiencia turística, como Tripadvisor y Google Reviews. Mediante técnicas de minería de datos y web scraping, se extrajeron reseñas, calificaciones y metadatos correspondientes al período 2000–2025, utilizando el software R-Studio y el lenguaje de programación Python. Posteriormente, los datos fueron depurados y estructurados para garantizar su fiabilidad y conformar una base sólida para el análisis estadístico y la obtención de resultados.

En la tercera fase se procedió al cálculo de los indicadores que integraron el ICCD. Para medir la diversidad se empleó el índice de Shannon (Fórmula 1), que cuantifica la heterogeneidad en la distribución de reseñas entre los destinos patrimoniales. Este indicador considera tanto el número de sitios analizados como la proporción de reseñas asociadas a cada uno, ofreciendo una medida del equilibrio o dominancia en la participación en entornos digitales (Shannon, 1948).

(1)

$$H' = - \sum_{i=1}^s pi \ln(pi)$$

Donde:

S: Número total de categorías (destinos).

pi: Proporción de observaciones pertenecientes a la categoría.

También se aplicaron medidas de concentración como el índice de Gini (Fórmula 2) y la curva de Lorenz. El primero cuantifica el grado de concentración o dispersión de las opiniones, mientras que la segunda representa gráficamente la distribución acumulada entre destinos y reseñas, facilitando la interpretación de la desigualdad en la participación digital (Gini, 1912; Nijssen et al., 1998).

(2)

$$G = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |x_i - x_j|}{2n^2 \bar{x}}$$

Donde:

xi; xj: Valores de la variable observada (número de reseñas por destino).

n: Número total de observaciones (destino).

$\bar{x}$ : Media de la variable x.

Para el cálculo del ICCD se efectuó un proceso de normalización y ponderación de las variables seleccionadas. Se asignaron pesos diferenciados, el 60 % al rating promedio y del 40 % al número de reseñas, tras transformarlas a una escala común entre 0 y 1. Con base en estos valores se construyó el índice compuesto que resume el nivel de desempeño digital de cada destino analizado (Fórmula 3). El procesamiento y análisis de los datos se realizaron mediante métodos estadístico-matemáticos utilizando el software R-Studio.

(3)

$$ICCD = 0.6 \times \frac{R_i - R_{min}}{R_{max} - R_{min}} + 0.4 \times \frac{N_i - N_{min}}{N_{max} - N_{min}}$$

Donde:

R<sub>i</sub>: Rating promedio del destino.

N<sub>i</sub>: Número de reseñas del destino.

R<sub>min</sub>; R<sub>max</sub>: Valores mínimo y máximo del rating promedio.

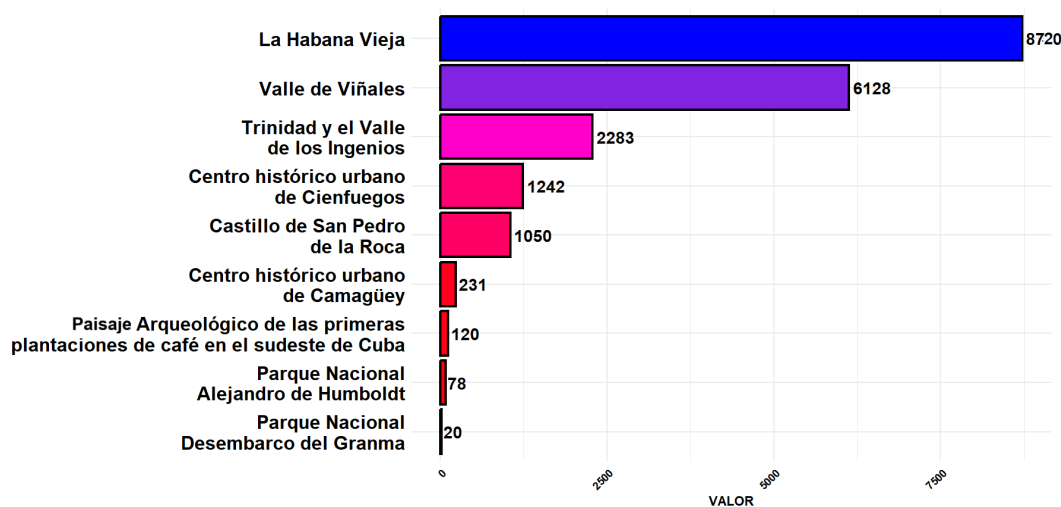
N<sub>min</sub>; N<sub>max</sub>: Valores mínimo y máximo del número de reseñas.

Por último, se realizó la validación estadística del ICCD mediante análisis de varianza (ANOVA) con el fin de agrupar los destinos en tres clasificaciones: líderes digitales, medianos digitales y rezagados digitales. Luego, este fue complementado mediante estudios de correlación, con el fin de comprobar la consistencia interna y la fiabilidad de los resultados. Esta fase confirmó la validez del índice como herramienta para comparar el desempeño digital de los destinos patrimoniales y sustentar futuras estrategias de mejora y gestión turística.

#### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de los comentarios obtenidos en las plataformas digitales muestra una distribución desigual entre los destinos, lo que muestra diferencias en su nivel de visibilidad y atractivo. En particular, La Habana Vieja y el Valle de Viñales concentran la mayor cantidad de valoraciones con 8720 y 6128 reseñas respectivamente, posicionándose como los referentes más destacados en el ámbito digital.

Figura 1. Distribución de reseñas por destino



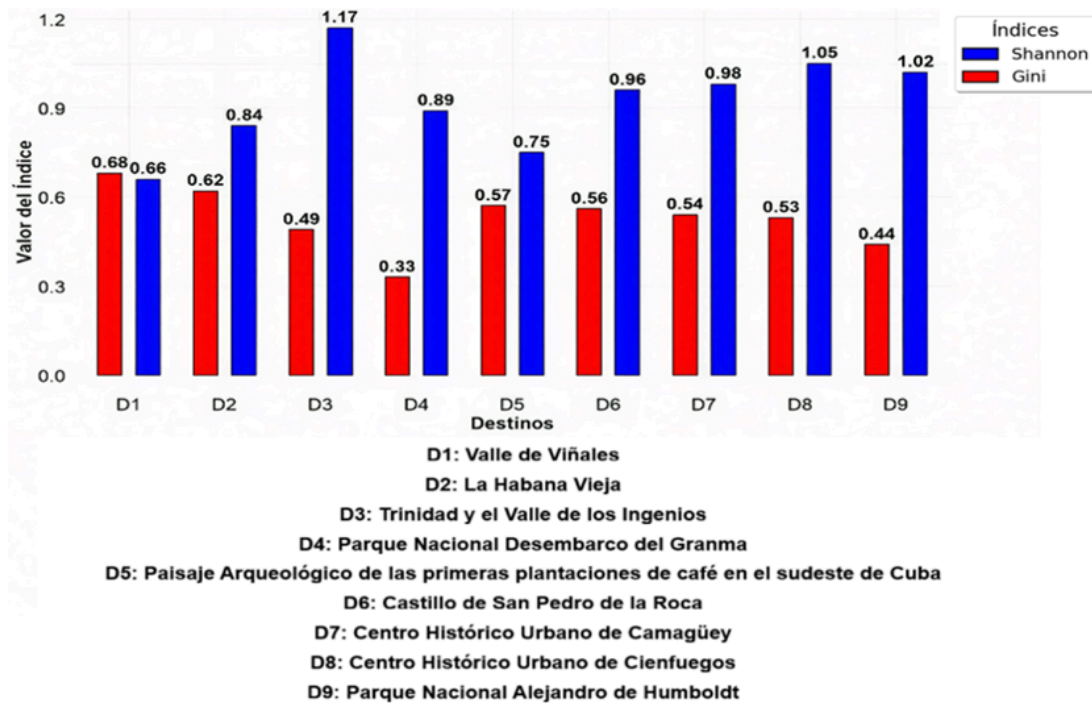
Fuente: elaboración propia en R-Studio.

Otros destinos que resaltan son Trinidad y el Valle de los Ingenios, el Centro Histórico Urbano de Cienfuegos y el de Camagüey, destacando el primero con 2283 comentarios. En contraste, sitios como el Parque Nacional Desembarco del Granma, el Parque Nacional Alejandro de Humboldt y el Paisaje Arqueológico de las primeras plantaciones de café registran cifras muy bajas entre 120 y 20 reseñas, lo que refleja una presencia limitada en las plataformas y una menor capacidad de atracción digital. Esta notable diferencia se atribuye, en parte, a la naturaleza de estos sitios: al tratarse de áreas naturales o paisajes arqueológicos extensos, su experiencia turística tiende a ser menos masificada, lo que se traduce en un

volumen menor de reseñas publicadas en plataformas digitales, en comparación con los destinos culturales que concentran una mayor afluencia de turistas. Esta brecha pone de relieve un patrón de concentración que favorece a unos pocos destinos, mientras que la mayoría ubicados en la parte oriental del país permanecen con una visibilidad reducida en el entorno turístico online.

Tras analizar la distribución de las opiniones obtenidas, se observa que los valores del índice de Shannon son en general más altos que los del índice de Gini, lo que indica una mayor diversidad relativa en la participación de reseñas por destino en comparación con el nivel de concentración. Destinos como Trinidad y el Valle de los Ingenios (D3) destacan con el valor más elevado en Shannon (1.17), lo que refleja una distribución amplia y heterogénea de opiniones. De forma similar, el Parque Nacional Alejandro de Humboldt (D9) y el Centro Histórico Urbano de Cienfuegos (D8) muestran altos niveles de diversidad con valores superiores a 1.0 (Figura 2).

**Figura 2. Índice Shannon y Gini de los destinos seleccionados para el estudio**



**Fuente:** elaboración propia en R-Studio.

El índice de Gini pone en evidencia la desigualdad en la concentración de reseñas. El valor más bajo se presenta en el Parque Nacional Desembarco del Granma (D4) con 0.33, lo que sugiere una distribución más homogénea, aunque con un volumen total reducido de reseñas, mientras que destinos como el Valle de Viñales (D1) y La Habana Vieja (D2) registran valores más altos (0.68 y 0.66, respectivamente), revelando una fuerte concentración de interacciones digitales en pocos segmentos.

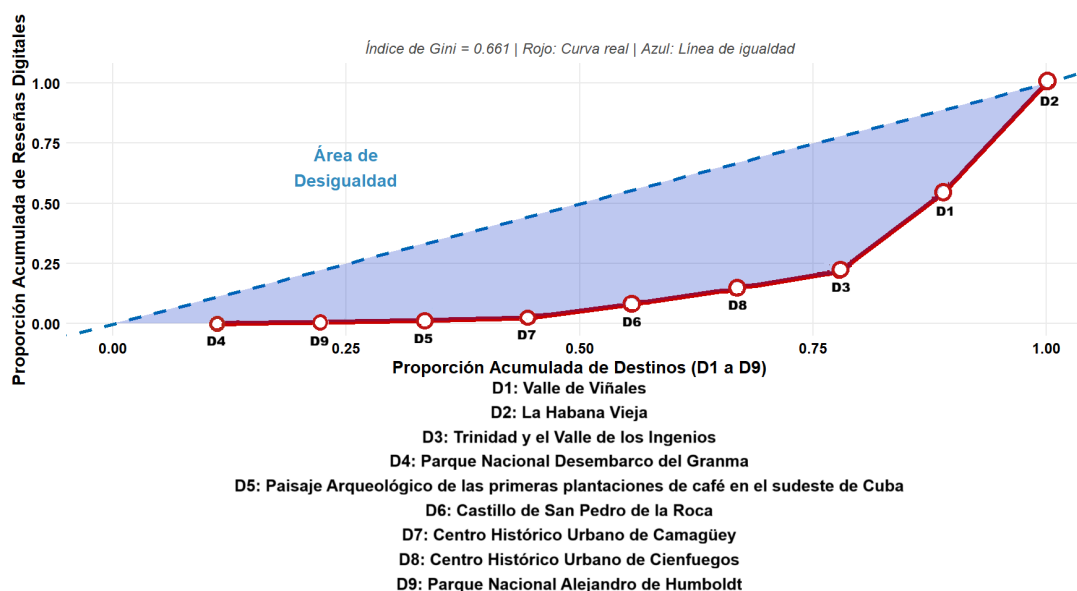
Esto sugiere que la competitividad digital de los destinos patrimoniales en Cuba presenta un patrón desigual, donde pocos sitios concentran la mayor visibilidad y diversidad de reseñas, mientras la mayoría mantiene una presencia reducida y poco representativa en las plataformas digitales. Esta disparidad no solo se manifiesta entre sitios, sino que también varía significativamente según el tipo de patrimonio (natural o

cultural) y según la región geográfica del país, lo que refleja desequilibrios en la promoción, acceso a recursos tecnológicos y estrategias de marketing digital aplicadas en cada contexto.

La curva de Lorenz complementa los índices ya analizados al mostrar gráficamente la concentración de reseñas. La Habana Vieja (D2), el Valle de Viñales (D1) y Trinidad y el Valle de los Ingenios (D3) concentran la mayor parte de la visibilidad digital, mientras que otros como el Desembarco del Granma (D4), Alejandro de Humboldt (D9) y el Paisaje Arqueológico del Café (D5) apenas reciben atención. Esto refuerza la idea de una distribución desigual y jerarquizada entre los sitios patrimoniales (Figura 3).

Esta desigualdad no es aleatoria: los sitios de patrimonio cultural tienden a concentrar una visibilidad digital significativamente mayor que los de patrimonio natural. Esta tendencia sugiere que los algoritmos, las preferencias turísticas o las estrategias de promoción digital favorecen históricamente a los destinos culturales, dejando en segundo plano a los ecosistemas y paisajes naturales, pese a su valor universal.

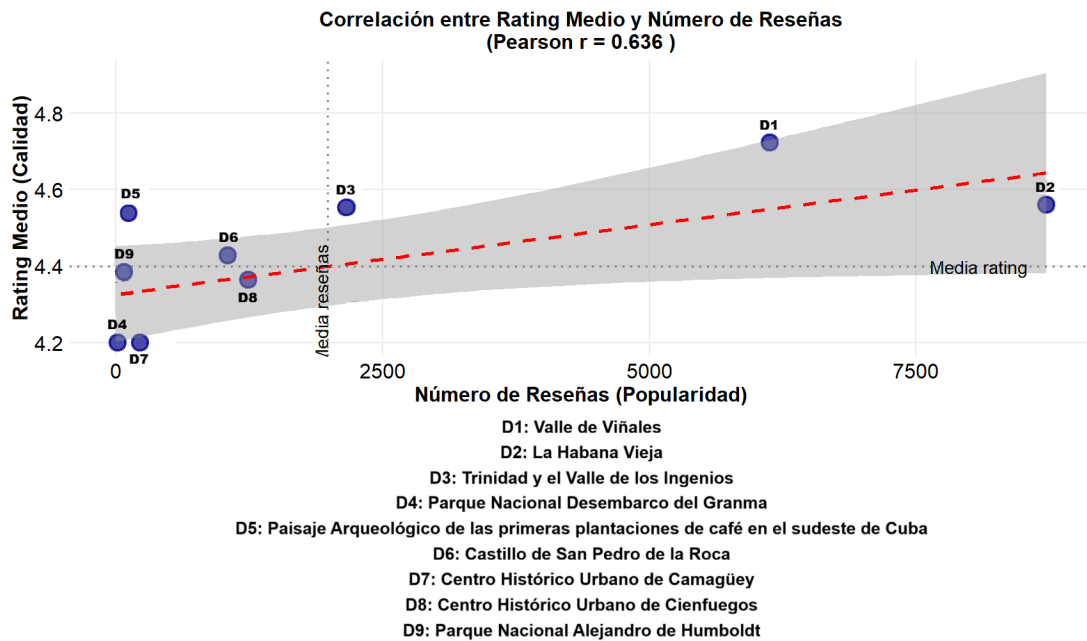
**Figura 3. Curva de Lorenz para la concentración de la competitividad digital**



**Fuente:** elaboración propia en R-Studio.

La figura 4 expone la relación entre popularidad (número de reseñas) y calidad percibida (rating medio) en los destinos analizados. La correlación positiva moderada ( $r = 0.636$ ) indica que, en general, los sitios con mayor volumen de reseñas tienden también a mostrar valoraciones más altas, aunque no de manera estricta. Destinos como La Habana Vieja (D2) y Valle de Viñales (D1) se posicionan en la zona de alta popularidad con ratings elevados, mientras que lugares como Castillo de San Pedro de la Roca (D6) o el Paisaje Arqueológico del Café (D5) presentan buena valoración, pero con baja visibilidad digital, revelando un desbalance entre reputación y alcance, evidenciado por factores como una promoción turística limitada, menor conectividad o accesibilidad, y una presencia débil en plataformas digitales y redes sociales.

**Figura 4. Correlación entre rating medio y cantidad de reseñas**



**Fuente:** elaboración propia en R-Studio.

Este patrón sugiere que la notoriedad digital de los destinos patrimoniales en Cuba no depende únicamente de la calidad percibida por los usuarios, pues esta es relativamente homogénea entre sitios, con puntuaciones que oscilan entre 4.2 y 4.8. Así, aunque muchos sitios poseen un valor patrimonial comparable, unos pocos concentran la atención global gracias a estrategias de marketing más efectivas, mejor conectividad o mayor presencia en guías y medios internacionales, relegando a otros con potencial similar a una proyección marginal en plataformas de reseñas.

En complemento con la relación entre popularidad y calidad observada en el análisis anterior, la tabla 2 confirma que la posición de los destinos depende tanto de su rating promedio como del volumen de reseñas. El ranking simple por rating ofrece una medida directa de satisfacción, situando al Valle de Viñales (4.72), La Habana Vieja (4.56) y Trinidad y el Valle de los Ingenios (4.54) como los mejor valorados. Sin embargo, esta métrica aislada no capta la magnitud del respaldo social, pues equipara destinos con miles de reseñas y otros con apenas decenas.

**Tabla 2. Comparación de Ranking por destino**

Destinos analizados	Ranking simple por rating	Ranking ponderado (rating × log (n reseñas))	Sensibilidad del ranking (ponderación 50/50)
Valle de Viñales	4.72	41.2	0.851
La Habana Vieja	4.56	41.4	0.845
Trinidad y el Valle de los Ingenios	4.54	32.8	0.429
Paisaje Arqueológico de las primeras plantaciones de café en el sudeste de Cuba	4.50	21.9	0.350
Castillo San Pedro de la Roca	4.43	30.8	0.278
Centro Histórico Urbano de Cienfuegos	4.36	31.1	0.229
Parque Nacional de Alejandro de Humboldt	4.38	19.2	0.182
Centro Histórico Urbano de Camagüey	4.20	22.9	0.013
Parque Nacional Desembarco del Granma	4.19	12.8	0.002

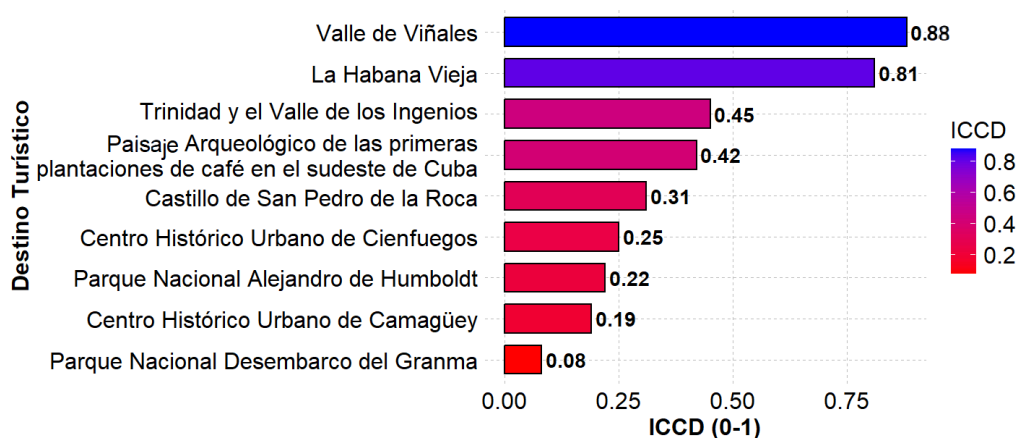
**Fuente:** elaboración propia en R-Studio.

Al introducir un ranking ponderado mediante  $\text{rating} \times \log(n \text{ reseñas})$ , se obtiene una representación más robusta del prestigio digital, ya que integra tanto la valoración subjetiva como la densidad de participación. Aquí, La Habana Vieja (41.4) y Viñales (41.2) destacan como líderes, mientras que destinos con buenas valoraciones, pero bajo número de reseñas, como el Paisaje Arqueológico del Café (21.9) o Alejandro de Humboldt (19.2), pierden relevancia relativa.

La sensibilidad del ranking (ponderación 50/50) evidencia qué tan estables son las posiciones cuando se equilibran calidad y popularidad: los valores más altos en Viñales (0.851) y La Habana Vieja (0.845) muestran consistencia en su liderazgo, frente a la fragilidad del Parque Nacional Desembarco del Granma (0.002) y el Centro Histórico Urbano de Camagüey (0.013).

En correspondencia, el ICCD refuerza cómo la combinación entre calidad y popularidad se traduce en una alta concentración digital en pocos destinos. Los resultados reflejan una marcada polarización, el Valle de Viñales (0.88) y La Habana Vieja (0.81) destacan con valores significativamente superiores al resto, consolidándose como los destinos con mayor proyección digital. Mientras que, sitios como el Parque Nacional Desembarco del Granma (0.08), el Centro Histórico de Camagüey (0.19) y Alejandro de Humboldt (0.22) presentan índices muy bajos, lo que evidencia su escasa presencia en el ecosistema digital, pese a su relevancia patrimonial (Figura 5).

**Figura 5. Índice compuesto de competitividad digital de los destinos analizados**



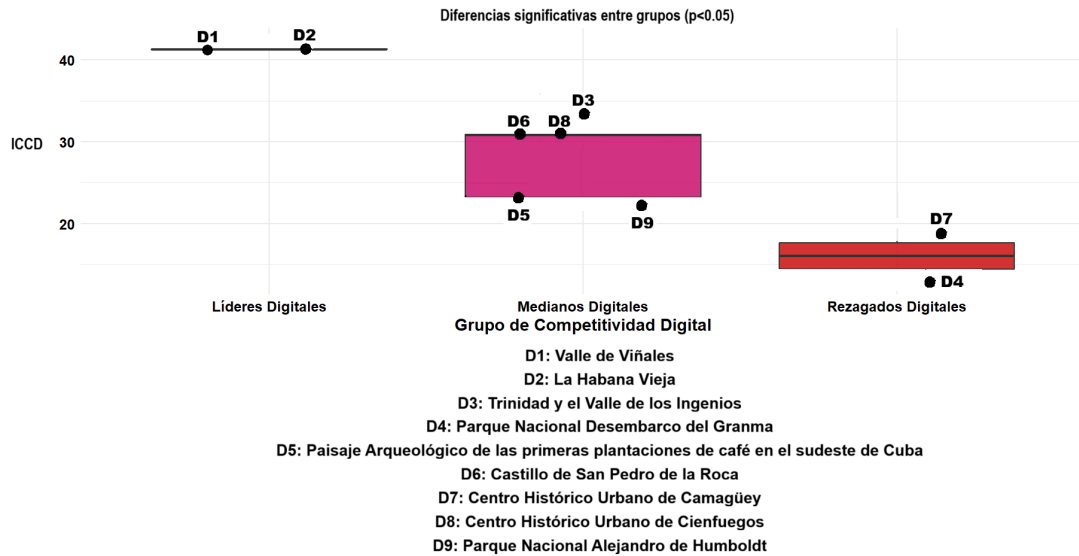
**Fuente:** elaboración propia en R-Studio.

Esta distribución confirma que la competitividad digital no se encuentra equitativamente repartida, sino fuertemente concentrada. El rango intermedio está ocupado por lugares como Trinidad y el Valle de los Ingenios (0.45) y el Paisaje Arqueológico del Café (0.42), que, si bien poseen reconocimiento, no alcanzan a competir con los destinos líderes digitales. Dado estos resultados, el ICCD aporta una medida integral que refuerza la existencia de jerarquías digitales, donde los destinos líderes no solo acumulan reseñas y altos ratings, sino también una legitimidad digital sostenida.

En la figura 6 se evidencia el análisis estadístico ANOVA, este revela diferencias significativas entre los grupos ( $p < 0.05$ ), lo que indica que las variaciones observadas en el ICCD no son producto del azar, sino que reflejan patrones reales de desarrollo digital. Los destinos Valle de Viñales (D1) y La Habana Vieja (D2) se ubican como líderes digitales, con valores superiores a 40 puntos, lo que sugiere una alta madurez en la implementación de estrategias digitales, incluyendo presencia en redes sociales, accesibilidad de información online y uso de tecnologías interactivas para promover el patrimonio cultural.

Asimismo, los destinos Centro Histórico Urbano de Camagüey (D7) y Parque Nacional Desembarco del Granma (D4) pertenecen al grupo de rezagados digitales, con ICCD inferiores a 20, evidenciando limitaciones estructurales o estratégicas en su integración digital.

**Figura 6. Validación del ICCD mediante el análisis ANOVA**



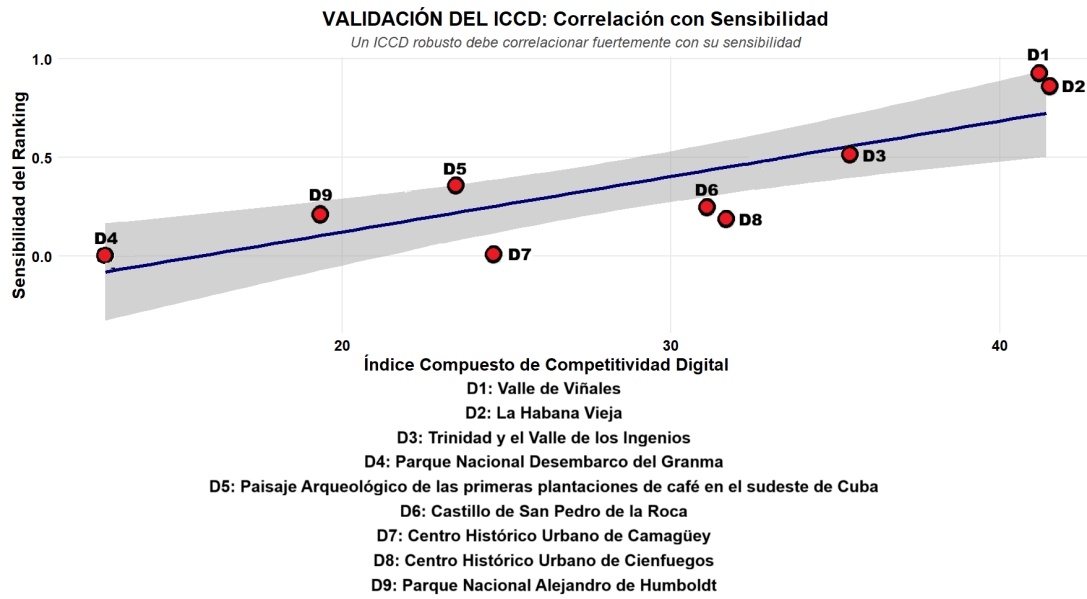
**Fuente:** elaboración propia en R-Studio.

Los cinco destinos restantes conforman el grupo de medianos digitales, con ICCD entre 25 y 35 puntos, mostrando un nivel intermedio de competitividad digital. Este rango sugiere que, aunque han adoptado algunas herramientas digitales, aún presentan brechas en aspectos clave como la calidad de contenido digital, la interoperabilidad de sistemas de gestión turística y la inclusión de experiencias digitales para visitantes.

Por último, como análisis complementario, el análisis de correlación con sensibilidad evidencia una tendencia positiva lineal, representada por la línea de regresión (azul), que indica que a medida que aumenta el ICCD, también lo hace la sensibilidad del ranking, es decir, la capacidad del índice para detectar cambios en el desempeño digital de los destinos (Figura 7).

La banda gris alrededor de la línea representa el intervalo de confianza, sugiriendo que la relación es estadísticamente significativa y estable. Los puntos D1 y D2, con los valores más altos de ICCD, presentan también las mayores sensibilidades, lo que refuerza la idea de que estos destinos no solo tienen un alto nivel de competitividad digital, sino que su posición en el ranking es más sensible a variaciones en sus indicadores digitales, lo cual es característico de índices robustos.

**Figura 7. Validación del ICCD mediante el análisis de correlación con sensibilidad**



**Fuente:** elaboración propia en R-Studio.

La dispersión de los demás puntos revela que, aunque existe una correlación general, algunos destinos como D4 muestran baja sensibilidad pese a tener un ICCD bajo, lo que indica una menor capacidad del índice para capturar diferencias sutiles en niveles bajos de competitividad digital.

Los destinos D9 y D5 se ubican cerca de la línea de tendencia, lo que sugiere una buena correspondencia entre su ICCD y la sensibilidad del ranking. En conjunto, este análisis permite afirmar que el ICCD presenta una correlación fuerte y positiva con la sensibilidad del ranking, cumpliendo así con uno de los criterios clave de validez de un índice compuesto. Esto respalda la utilidad del ICCD como herramienta de diagnóstico fiable para evaluar la competitividad digital en contextos turísticos culturales.

La presente investigación aborda una brecha significativa en el estudio de la competitividad digital de los destinos patrimoniales en Cuba, un área hasta ahora poco explorada en la literatura científica nacional. Aunque existen estudios sobre el turismo cultural en Cuba, como el de Sosa y González (2020), que analizan aspectos como el perfil del turista y la evolución del sector, no se había aplicado un índice compuesto que integrara las múltiples dimensiones del desempeño digital de los destinos patrimoniales cubanos.

Una de las principales limitaciones de este estudio es la dependencia de datos provenientes de plataformas digitales externas, lo que puede introducir sesgos en la representación de la competitividad digital de los destinos. Cabe destacar que esta investigación prioriza el análisis de indicadores cuantitativos relacionados con la competitividad digital, dejando para futuros estudios el desarrollo más profundo de dimensiones cualitativas, aunque relevantes, exceden el alcance de la investigación.

A nivel internacional, estudios similares han abordado la medición de la competitividad digital en destinos turísticos. Por ejemplo, en Colombia han desarrollado planes de transformación digital para la promoción turística, destacando la importancia de la infraestructura tecnológica y la capacitación en el uso de herramientas digitales para mejorar la competitividad del sector (Salinas et al., 2021). Asimismo, Cueria et al. (2022) analiza la importancia de las estrategias de marketing digital en organizaciones y destinos

turísticos, evidenciando el impacto positivo de estas prácticas en la adquisición de nuevos clientes y la fidelización de los existentes.

Herrero y San Martín (2019) aportan evidencia significativa que respalda la validez de la presente investigación. Estos analizan cómo los servicios “smart” impactan en el valor percibido de los destinos turísticos, demostrando que la interacción digital y la percepción de calidad son determinantes clave en la competitividad y en la fidelización de los visitantes, lo que coincide con la importancia de integrar tanto la calidad percibida como la densidad de interacción en el ICCD.

Por su parte, Rodríguez y Hernández (2018) proponen un modelo de análisis de la competitividad de destinos basado en capacidades dinámicas, enfatizando la necesidad de un enfoque integral que combine múltiples variables estratégicas para evaluar el desempeño de los destinos; este planteamiento metodológico se refleja directamente en la construcción del ICCD, que sintetiza aspectos cuantitativos de la presencia digital como el número de reseñas, el rating promedio, entre otros. Moreno-Izquierdo et al. (2018) examina los retos de la competitividad turística a largo plazo, resaltando la relevancia de la innovación y de la digitalización para mantener la ventaja competitiva de los destinos, reforzando la pertinencia de evaluar de manera estandarizada el desempeño digital de los sitios patrimoniales.

El estudio de Selim et al. (2021) constituye un referente metodológico para la presente investigación, dado que aplica un índice compuesto para evaluar simultáneamente la “smartness”. Su enfoque demuestra que la integración de variables cuantitativas y cualitativas permite generar una medida sintética que captura tanto la visibilidad digital como la percepción de calidad por parte de los visitantes, validando la pertinencia de un índice como el ICCD para los destinos patrimoniales cubanos. Finalmente, Mei et al. (2025) valida la metodología de la presente investigación al demostrar que los índices compuestos permiten evaluar de manera integral el valor turístico del patrimonio cultural y natural. Esto refuerza la pertinencia del estudio para conocer la competitividad digital de los destinos patrimoniales mediante enfoques sintéticos basados en evidencia empírica.

## 5. CONCLUSIONES

La investigación suple una brecha en la medición de la competitividad digital de los destinos patrimoniales en Cuba, contribuyendo al desarrollo del turismo patrimonial. Además, establece un referente metodológico que puede ser replicado en otros contextos para fortalecer la gestión y promoción de estos destinos mediante herramientas digitales.

El ICCD representó un aporte metodológico para comprender las dinámicas digitales del turismo patrimonial en Cuba. Esta herramienta analítica no solo facilitó la identificación de oportunidades estratégicas, como la necesidad de impulsar la visibilidad digital de aquellos destinos con buena reputación, pero baja presencia en línea, sino que también sustenta una toma de decisiones basada en evidencia. Al integrar de forma ponderada dimensiones como la popularidad y la calidad percibida, ofrece una mirada sintética y robusta sobre la proyección digital de los destinos, sirviendo como referente replicable para contextos similares en América Latina y el Caribe.

La diferenciación entre los destinos líderes, medianos y rezagados digitales evidencia la necesidad de implementar políticas y estrategias específicas que fortalezcan la presencia online de aquellos sitios con menor visibilidad, contribuyendo a una distribución más equitativa del turismo patrimonial. Además,

permitió identificar los destinos con menor índice de competitividad digital, lo que facilita la implantación de acciones orientadas a mejorar su desempeño y reforzar la imagen del destino Cuba.

## REFERENCIAS

- Anderson, M., & Magruder, J. (2012). Learning from the Crowd: Regression Discontinuity Estimates of the Effects of an Online Review Database. *The Economic Journal*, 122(563), 957–989. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2012.02512.x>
- Ausloos, M. (2023). Shannon entropy and Herfindahl-Hirschman index as team's performance and competitive balance indicators in cyclist multi-stage races. *Entropy*, 25(6), 955. <https://doi.org/10.3390/e25060955>
- Batista Sánchez, E., & Pérez Pravia, M. C. (2024). Tecnología para la gestión de la imagen inducida en Internet de destinos turísticos. *Investigaciones Turísticas*, 28, 41–63. <https://doi.org/10.14198/inturi.25703>
- Cobo-de-Guzmán, F. (2018). Políticas patrimoniales, iniciativas particulares de activación y formas híbridas de valor: Dos estudios de caso en Cuba y España desde la perspectiva del patrimonio industrial. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 637–653. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.046>
- Cueria, N. F., Ricardo, E. del C. P., Labrada, J. R. M., Provance, K. Z. C., & Velázquez, F. F. F. (2022). Gestión del marketing digital en organizaciones turísticas. *Revista Científica «Visión de Futuro»*, 26(2), 188–210. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2022.26.02.006.es>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/24795239/destination\\_competitiveness-libre.pdf](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/24795239/destination_competitiveness-libre.pdf)
- Filieri, R., Alguezaui, S., & McLeay, F. (2015). Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management*, 51, 174–185. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007>
- Gini, C. (1912). *Variabilità e mutabilità: Contributo allo studio delle distribuzioni e delle relazioni statistiche* (Vol. 6). Tipografia di Paolo Cuppini. [https://www.byterfly.eu/islandora/object/librib:680892/datastream/PDF/content/librib\\_680892.pdf](https://www.byterfly.eu/islandora/object/librib:680892/datastream/PDF/content/librib_680892.pdf)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). <https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multivariate%20Data%20Analysis.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). [https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Herrero Crespo, Á., & San Martín Gutiérrez. (2019). Servicios "smart" y valor de los destinos turísticos inteligentes: Análisis desde la perspectiva de los residentes. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, 45, 77–91. <https://www.redalyc.org/journal/289/28962049029/28962049029.pdf>
- Luca, M. (2011). Reviews, reputation, and revenue: the case of Yelp.Com. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1928601>
- Mariani, M. M., Borghi, M., & Laker, B. (2023). Do submission devices influence online review ratings differently across different types of platforms? A big data analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 189, 122296. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122296>
- Marín-Idárraga, D. A., Cuartas-Marín, J. C., Sanabria-Rangel, P. E., & Sánchez-Torres, J. de J. (2023). Factores claves de un destino turístico competitivo: Caso San Carlos, Antioquia, Colombia. *Tec Empresarial*, 17(2), 65–77. <https://doi.org/10.18845/te.v17i2.6702>
- Márquez Hernández, I. E., Hernández Flores, Y., & Torres Hechavarría, L. (2024). Variables e indicadores para la evaluación del nivel de desarrollo de los destinos turísticos cubanos. *Turismo y Sociedad*, 35, 373–402. <https://doi.org/10.18601/01207555.n35.16>
- Mazaro, R. M., & Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Administração Contemporânea*, 12, 789–809. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552008000300009>
- Mei, W.-B., Li, K., & Huang, Y.-Z. (2025). Constructing an evaluation index system for the tourism value of Guangdong's Maritime Silk Road cultural heritage. *Frontiers in Sustainable Tourism*, 4. <https://doi.org/10.3389/frsut.2025.1645348>

- Mikulić, J., Kožić, I., & Krešić, D. (2015). Weighting indicators of tourism sustainability: A critical note. *Ecological Indicators*, *48*, 312–314. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2014.08.026>
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A., & Such-Devesa, M. J. (2018). The challenge of long-term tourism competitiveness in the age of innovation: Spain as a case study. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, *42*, 13–34. <https://www.redalyc.org/journal/289/28966251002/28966251002.pdf>
- Muñoz Rocha, C. I. (2016). *Metodología de la investigación*. Oxford University Press. <https://es.scribd.com/document/681050448/Metodologia-de-La-Investigacion-Munoz-Rocha>
- Nardo, M., Saisana, M., Saltelli, A., Tarantola, S., Hoffman, A., & Giovannini, E. (2008). *Handbook on constructing composite indicators: Methodology and user guide*. OECD Publishing. [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2008/08/handbook-on-constructing-composite-indicators-methodology-and-user-guide\\_g1gh9301/9789264043466-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2008/08/handbook-on-constructing-composite-indicators-methodology-and-user-guide_g1gh9301/9789264043466-en.pdf)
- Nijssen, D., Rousseau, R., & Van Hecke, P. (1998). The Lorenz curve: A graphical representation of evenness. *Coenoses*, 33–38. <https://ricottalab.com/wp-content/uploads/2015/10/1333-38.pdf>
- Ortiz Liñán, M. E., & Vázquez Solís, V. (2021). El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México. *Investigaciones Turísticas*, *21*, 305. <https://doi.org/10.14198/inturi2021.21.14>
- Quattrini, R., Berrocal Menárguez, A. B., & Zamorano Martin, C. (2023). Heritage and railways: Sustainable tourism opportunities boosted by digital transformation. *Sustainability*, *15*(21), 15585. <https://doi.org/10.3390/su152115585>
- Rodríguez Rodríguez, Y., & Hernández Martín, R. (2018). Foundations and relevance of delimiting local tourism destinations. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, *42*, 185–206. <http://redalyc.org/journal/289/28966251011/28966251011.pdf>
- Rodríguez Veiguela, Y., Pancorbo Sandoval, J. A., Tanda Díaz, J., Pons García, R. C., & Leyva Ricardo, S. E. (2019). La gestión del posicionamiento analítico de la ciudad como herramienta de marketing urbano: caso ciudad de Matanzas, Cuba. *Urbe Revista Brasileira de Gestão Urbana*, *11*. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20180166>
- Rojas, S. G., & Villalba Chamorro, A. A. (2025). Estrategias de marketing en el sector hotelero de la ciudad de Pilar: Innovación y competitividad en la era digital. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *9*(5), 10101–10120. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i5.20315](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i5.20315)
- Roldán Echeverri, A. D. J., Arroyave Torres, M. E., & Bermúdez Cardona, A. M. (2021). Aproximación a un modelo de gestión turística sostenible. Caso Urabá. *Ciencias Sociales y Educación*, *10*(20), 139–168. <https://doi.org/10.22395/csye.v10n20a7>
- Salinas, C. E. C., Vela, D. A. R., Parra, C. J. C., Torres, C. R. R., & Reina, C. F. (2021). Plan de transformación digital para la promoción turística en el Viceministerio de Turismo. Caso de estudio: Departamento de Boyacá. *Turismo y Sociedad*, *28*, 151–185. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205008/html/>
- Sandoval Almazán, R., & Osorio González, R. (2021). Plataformas online en la 'nueva normalidad': el caso TripAdvisor. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, *13*(Especial Covid-19), 1–17. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i4p16>
- Selim, M. A., Abdel-Fattah, N. A., & Hegazi, Y. S. (2021). A composite index to measure smartness and competitiveness of heritage tourism destination and historic building. *Sustainability*, *13*(23), 13135. <https://doi.org/10.3390/su132313135>
- Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication (Vol. 27). <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x>
- Silva Pérez, R., & Fernández Salinas, V. (2015). Los paisajes culturales de Unesco desde la perspectiva de América Latina y el Caribe: Conceptualizaciones, situaciones y potencialidades. *Revista INVI*, *30*(85), 181–214. <https://doi.org/10.4067/s0718-83582015000300006>
- Song, Z. (2025). Research on assessing comprehensive competitiveness of tourist destinations within cities, based on field theory and competitiveness theory. *Sustainability*, *17*(1), 90. <https://doi.org/10.3390/su17010090>
- Sosa, N. C., & González, Y. E. L. (2020). Potencialidades para el turismo cultural: El caso de La Habana. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *29*(4), 1197–1214. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180766099010/>
- Torres García, A. F., Cruz Chávez, G. R., & Arizpe Covarrubias, O. (2017). Priorización de viajes y turismo frente a la sustentabilidad ambiental: Análisis de correlación aplicado a México. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, 61–73. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2017.v7.3202>

- UNESCO. (1982). Old Havana and its Fortification System. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/204/>
- UNESCO. (1988). Trinidad and the Valley de los Ingenios. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/460/>
- UNESCO. (1997). San Pedro de la Roca Castle, Santiago de Cuba. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/841/>
- UNESCO. (1999a). Desembarco del Granma National Park. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/889/>
- UNESCO. (1999b). Viñales Valley. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/840/>
- UNESCO. (2000). Archaeological Landscape of the First Coffee Plantations in the South-East of Cuba. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/1008/>
- UNESCO. (2001). Alejandro de Humboldt National Park. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/822/>
- UNESCO. (2005). Urban Historic Centre of Cienfuegos. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/1202/>
- UNESCO. (2008). Urban Historic Centre of Camagüey. *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list/1270/>
- Valladares Icedo, O., Aguirre Bertel, A., & Prieto Flórez, J. (2019). Turismo: driver de crecimiento de las empresas de la industria turística en los municipios costeros del Golfo de Morrosquillo del departamento de Sucre. *Ad-gnosis*, 8(8), 117–128. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.v8i8.368>
- Vidal Del Ángel, A., Peña Casillas, C. S., & Dávalos Pita, A. Y. (2025). Validación de instrumento para medir talento tecnológico en Destinos Turísticos Inteligentes. *Turismo y Desarrollo Local Sostenible*, 18(38). <https://revistaturydes.com/index.php/turydes/article/view/1681/1870>
- Villa-Hernández, Y. A., Merino-Moreno, C., & Hernández-Silva, V. (2021). Competitividad en el turismo cultural: Estudio de caso. *Revista CEA*, 7(14). <https://doi.org/10.22430/24223182.1619>
- Villa-Zamorano, Z. M. (2025). Competitividad turística sostenible: reflexiones desde la teoría y la práctica. *Revista Iberoamericana De Turismo*, 15(1), 21–33. <https://doi.org/10.28998/ritur.v15.n1.a2025.pp21-33.18761>
- Wei, J. (2024). Analysis of spatial distribution characteristics of a-level tourist attractions in Yunnan Province based on GIS. *Applied and Computational Engineering*, 56(1), 92–98. <https://doi.org/10.54254/2755-2721/56/20240631>

## Notas

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana