



## Cuadernos Gestión Turística del Patrimonio

Handbook of tourism management heritage

Journal homepage: <https://cuadernosgestionturisticadelpatrimonio.es>

ISSN: 2952-2390

### Vocación turística de Escuinapa y su potencial para el turismo

Marcela Rebeca Contreras Loera <sup>1</sup>

Beatriz Pérez Sánchez <sup>2</sup>

#### PALABRAS CLAVE

*vocación y potencial turístico.*

*Comunidad.*

*actividad turística.*

#### RESUMEN

*El turismo ofrece beneficios a las comunidades, generando fuentes de empleo, ingresos económicos, promoción del cuidado y conservación de espacios naturales, históricos y culturales; por su lado, la vocación turística contempla actitudes de prestadores de servicios turísticos, encaminadas a satisfacer expectativas de visitantes, mientras que el potencial turístico de un territorio se manifiesta en su capacidad para atraer turistas satisfaciendo sus necesidades, considerando atractivos, instalaciones e infraestructura para la realización actividades turísticas. El objetivo del estudio fue identificar la vocación y su potencial turístico en Escuinapa, Sinaloa. Se realizó con enfoque cuantitativo; la recolección de datos se llevó a cabo con la aplicación de 364 encuestas a residentes de la localidad.*

---

<sup>1</sup> Universidad Tecnológica de Escuinapa, México/ 1. mcontreras@utescuinapa.edu.mx. Id orcid. 0000-0001-7038-2460\* Autor para la correspondencia

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México/2. Beatrizperez10@hotmail.com. Id orcid 0000-0002-9184-0579

1



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

## 1. Introducción

El turismo es una actividad que posibilita el desarrollo humano y social ofreciendo la oportunidad de compartir experiencias, llevar a cabo intercambios culturales, observar la naturaleza e interactuar con la comunidad receptora. Los gustos y preferencias del turista cambian, hoy es más activo, organiza su tiempo libre y es más sensible con el cuidado de la naturaleza y el patrimonio turístico (González et al, 2017).

Boisier (2021) señala que el territorio es un espacio donde se encuentra una cultura propia, que se identifica por medio de prácticas sociales que se transforman y modifican con el transcurso del tiempo (Rojas & Carballo, 2020), así mismo para Villatoro (2017) es un conjunto de elementos que funcionan de forma sistémica y articulada.

Por su lado Erreguerena (2020) plantea que el territorio es el lugar donde los habitantes se sienten identificados por una cultura en común y funcionan organizadamente para el desarrollo local. Presenta similitudes e independencia al no pertenecer a un movimiento político, sino seguir siendo un espacio geográfico, en donde destacan términos como comunidad.

Respecto a vocación, ésta se identifica como las facilidades para realizar una actividad y su nivel de apertura entendidas como aptitud y capacidad (Sanabria, 2010), de ahí que conceptos como potencial, capacidad, vocación y aptitud están relacionados y se utilizan como sinónimo para describir el uno al otro (Nájera et al., 2020). Mientras que vocación turística se sujeta a diferentes características de los territorios. López et al. (2017) indica que la vocación turística se define como las características geográficas y socioculturales de un territorio para cumplir la función de recreación y ocio, además de la intencionalidad de las instituciones públicas y privadas para generar actividades asociadas al turismo en dichos espacios

Para Pérez et al (2012) la aptitud territorial, al estudiar todos los elementos que interactúan como son la oferta y la demanda, durante la ejecución de la actividad turística, puede ser tomado como guía para planes o programas de desarrollo. Sobre la capacidad, ésta es la disposición de una persona u objeto que se muestra frente a una actividad específica, considerando el desarrollo de la actividad turística y cómo compite frente a otras actividades (Covarrubias et al., 2019).

La palabra vocación se usa en el sector turístico para referirse a lugares, territorios y destinos con determinadas características que atraen a visitantes y turistas. En esta investigación, el término se utiliza para referirse a las intenciones de actores para impulsar y promover la actividad turística en la comunidad; de esta manera la vocación turística se relaciona con los habitantes de la localidad que realizan alguna actividad en la oferta de servicios turísticos.

Para investigar la vocación turística se cuenta con diversas líneas de estudio, la primera refiere a las personas y su desempeño laboral en el campo turístico, otra forma de estudio considera al inventario de la oferta turística de una región. Autores como Pearce (1999) y Guizzardi & Mazzocchi (2010) consideran rasgos, características o atractivos turísticos de sitios; Ritchie (1988), Ishikawa y Fukushige (2007) contemplan la ocupación o actividad económica de la población en un lugar dado; Edgell (1983) considera el papel de los gobiernos locales en la definición de la política turística y educativa y Ritchie

(1988) define a la vocación turística con base en el papel de la población residente en la formulación de políticas turísticas.

El término vocación pasó de aplicarse a características de personas a territorios, países, regiones y ciudades, lo cual puede tener sentido en términos de rasgos y características espaciales, geográficos, culturales o naturales de los territorios, pero que carece de lógica si se pretendiera otorgar un significado de intención o interés de un territorio dado, resultando aún más complicado afirmar que una región determinada presenta un llamado para una determinada acción o función.

Explicar la vocación considerando otros campos de estudio, enfocando en el turismo, implicaría contemplar rasgos, aptitudes y características de las personas respecto a recursos naturales, culturales y atractivos turísticos de territorios, regiones y destinos turísticos, pero agregando los intereses, las intenciones y las capacidades de sus poblaciones, complementando estos factores con un análisis de su contexto sociodemográfico y de la demanda de servicios turísticos. Es importante, entonces, no confundir la existencia de atractivos o recursos turísticos con la vocación turística, pues, atendiendo al significado original del término, ésta se deriva de las intenciones de agentes o actores sociales para desarrollar, impulsar o promover la actividad turística.

En el sector turístico mexicano, existen organismos públicos federales, estatales y municipales que tienen como propósito fomentar la actividad turística; así mismo se cuenta con organismos públicos o privados dedicados a esa función, al igual que organismos gremiales y empresariales (cámaras, asociaciones y sindicatos de trabajadores) dedicados a la operación turística. Todos ellos participan en la actividad turística y contribuyen en la formulación de políticas, planes y proyectos de desarrollo turístico en regiones, estados, municipios y destinos.

La vocación turística de un destino o una región depende de factores como:

- Percepción de la importancia del turismo en la región
- Percepción de valor e importancia de atractivos y recursos turísticos en la región
- Intención de impulsar la actividad turística en la región
- Actitud de la población local frente al turismo y a los turistas
- Intención de la población local de dedicarse al turismo
- Intención de estudiar carreras turísticas de los estudiantes de nivel medio

En relación a recursos turísticos Boullón (1985) señala que representan la materia prima del turismo para el desarrollo de actividades turísticas; pero no es suficiente para definir la vocación de una zona ya que es importante complementar con todos los componentes del sistema turístico como los servicios auxiliares, la seguridad, accesibilidad y las estrategias para la mejora de la región con el fin de que éstos se conviertan en productos atractivos para el turista y que sea posible su comercialización (Organización Mundial del Turismo OMT, 1998). Gómez et. al (2014) señala que no debe confundirse los atractivos o recursos turísticos con la vocación turística ya que ésta se relaciona con las intenciones de actores para desarrollar, impulsar y promover la actividad turística.

La investigación se llevó a cabo considerando la vocación turística en función de la disposición e interés de los habitantes de una zona para desempeñarse en el sector de servicios turísticos con la finalidad de promoverlo y beneficiarse de él, además de la intencionalidad de instituciones públicas y privadas para generar actividades asociadas al turismo en dichos espacios; específicamente aborda el caso del municipio de Escuinapa en el estado de Sinaloa, México.

Escuinapa es conocido como un municipio con una situación geográfica privilegiada; la actividad económica principal de sus habitantes es la agricultura, la pesca y complementa con actividades comerciales y de servicios. Estas actividades generan la llegada de personas que viajan principalmente por motivos de negocios y que en sus tiempos libres o de ocio, desean conocer la comunidad y visitar los atractivos turísticos de la zona.

Con una superficie de 1,558.49 km<sup>2</sup> (2.8% del estado de Sinaloa), población de 59,988 habitantes (INEGI, Censo, 2020) y fundada en 1915, Escuinapa cuenta con su costa con zona de humedales rica en marismas y manglares donde viven infinidad de aves, insectos, moluscos y otras especies costeras. Es una localidad con diversidad de recursos turísticos naturales y culturales. Los Totorames que habitaron Escuinapa, lo conocieron como “lugar de perros del agua” o como “lugar de la diosa Ixcuina”, Diosa del parto, del maíz, del algodón.

FUENTE: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020.

<https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/sin/poblacion/default.aspx?tema=me&e=25>

Respecto al turismo, según Codesin (2021) del total de turistas que visitaron Sinaloa, de enero a diciembre del año 2021, Mazatlán concentró 3,000,872,371 turistas que representa el 73.5%; Culiacán 791,007 (15.0%); Los Mochis 373,772 (7.1%); Escuinapa 104,030 (2.0%); El Rosario 73,118 turistas (1.4%); y El Fuerte 52,913 (1.0%). Mientras que de enero a diciembre del 2021, Sinaloa contó con 15,189 cuartos disponibles promedio diario, 346 cuartos más que en el mismo periodo del año 2020, lo que representó un aumento de 2.3%. Por municipios, Mazatlán, El Rosario y Escuinapa tuvieron un crecimiento más alto de cuartos con 190 (2.0%), 79 (73.8%) y 43 (22.2%).

Del total de turistas noche, Mazatlán concentró 10,804,849, que representa el 74.0%; Culiacán 2,827,529 (19.4%); Los Mochis 456,520 (3.1%); Escuinapa 260,052 (1.8%); El Rosario 190,781 (1.3%); y El Fuerte 57,034 (0.4%). Respecto a porcentaje de ocupación y estadía promedio, de enero a diciembre 2021, Sinaloa tuvo un porcentaje de ocupación en hoteles y moteles de 50.7% y una estadía promedio de 2.8 días. Mazatlán tuvo un porcentaje de ocupación de 58.1% y una estadía promedio de 2.8 días. Los Mochis tuvo una ocupación promedio de 44.9% y una estadía promedio de 1.2 días. Culiacán tuvo una ocupación promedio de 35.5% y una estadía promedio de 3.6 días. Escuinapa tuvo una ocupación promedio de 38.7% y una estadía promedio de 2.5 días. El Rosario tuvo una ocupación promedio de 35.2% y una estadía promedio de 2.6 días. Por último, El Fuerte tuvo una ocupación promedio de 19.9% y una estadía promedio de 1.1 días.

Con el aumento de la actividad agrícola, se identifica que la llegada de visitantes se debe a personas que viajan para realizar actividades laborales y profesionales, quienes demandan los diferentes servicios para su estancia (transporte, hotel, restaurante, suelen realizar compras y divertirse), aunque su motivación principal es el trabajo, no el descanso; sin embargo con el aumento en el gusto y preferencia por el turismo en contacto con la naturaleza, las personas que viajan aprovechan para tener oportunidad para disfrutar de los recursos naturales, históricos y culturales que ofrece la comunidad.

El turismo de negocios es una de las categorías de mayor dinamismo del sector turismo en México, representa el 1.5% del PIB nacional, el 17.5% del valor de la derrama por turismo en el país y genera alrededor de 890 mil empleos en todo el territorio nacional; con un gasto promedio de 1,252 dólares per cápita y estadía promedio de 2.06, generando beneficios en la ocupación, impulsando la creación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas y apoyando la generación y distribución del ingreso por turismo en las localidades receptoras.

Considerando lo anterior, el objetivo del estudio fue identificar la vocación y su potencial turístico en Escuinapa, Sinaloa, mientras que la hipótesis del estudio plantea que los habitantes del municipio de Escuinapa cuentan con vocación turística moderada aprovechando los recursos naturales y culturales de la localidad.

**Metodología**

El estudio se realizó en el municipio de Escuinapa, que se ubica al sur del estado de Sinaloa, en México (ver figura 1, 2 y 3), Líder en producción de camarón, chile y mango que se exportan a Estados Unidos; reflejando una fuerte dependencia del sector primario con el 33.61% del PIB municipal en 2016, 29.99% en 2018 y 45.24% en 2019. [5], [7].



La investigación se llevó a cabo con enfoque cuantitativo, ya que la recolección y análisis de datos se usó para responder preguntas y probar hipótesis, confiando en la medición numérica, el conteo y uso de estadística para establecer patrones de comportamiento en una población Con alcance descriptivo, ya que se recolectó datos de los residentes de la comunidad para especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno (Hernández, 2018)

Para el análisis de la vocación turística es indispensable el trabajo con las personas que habitan en el área de estudio. La selección de los participantes se realizó considerando habitantes que trabajan en una empresa prestadora de servicios turísticos en Escuinapa, Sinaloa, (hotel, restaurante, transporte, bancos, servicio médico, mercado y comercial) considerando diversos puestos desde directivos hasta personal operativo; se empleó un procedimiento de muestreo no probabilístico, de conveniencia, aplicando 364 encuestas (ver tabla 1), con un muestreo no probabilístico por conveniencia (Gómez, Velásquez y Amaya, 2019).

Tabla 1. Encuestas aplicadas a residentes de Escuinapa laborando en empresa turística

Empresa	Encuestas	%
Hotel	36	10
Restaurante	114	31
Transporte	35	10
Servicio médico	34	9
Banco	4	1
Mercado	71	20
Comercio	70	19
Total	364	100

La recolección de información se realizó durante el mes de marzo 2024. En el trabajo de campo y en la captura de la información se contó con la colaboración de estudiantes de la Licenciatura en Gestión y desarrollo turístico que se imparte en la Universidad Tecnológica de Escuinapa.

Para determinar la percepción de la vocación turística del destino Escuinapa, Sinaloa, se aplicó un cuestionario dirigido a la población local que reunió datos sobre diez variables, aplicando un cuestionario con respuestas con escala de Likert de cinco grados incluye las siguientes dimensiones (Gómez, 2014):

1. Importancia del turismo en la economía de la comunidad
2. Interés en desarrollar la actividad turística en la comunidad
3. Interés de la población en participar en la actividad turística
4. Percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos
5. Percepción del potencial del turismo para contribuir en la economía
6. Percepción de la comunidad por los turistas
7. Actitud de la población local frente a la actividad turística
8. Actitud de la población local frente a los turistas
9. Intención de los estudiantes de nivel medio de estudiar carreras turísticas
10. Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio

## Resultados

La vocación turística es un término que se aborda con diferentes enfoques tales como la naturaleza o recursos locales, las características de un destino, la cultura y el territorio, entre otros. Para fines de este estudio, se aplicó el término de vocación turística, en el municipio de Escuinapa, en función de la disposición e interés de los habitantes de una

zona para desempeñarse en el sector de servicios turísticos con la finalidad de promoverlo y beneficiarse de él.

### **Descripción de la comunidad**

Escuinapa es un municipio perteneciente al estado de Sinaloa, en México. Localizada a 50 kilómetros del límite entre Sinaloa y Nayarit, es una ciudad con vocación agrícola, pesquera, comercio y de servicios; se subdivide en cuatro sindicaturas (Teacapán, Isla del Bosque, Ojo de Agua Palmillas y La Concha). La mayor concentración de población se da en la cabecera municipal. En 2020, la población en Escuinapa fue de 59,988 habitantes (50.2% hombres y 49.8% mujeres); en comparación a 2010, la población creció un 10.8%, mientras que la población de Escuinapa de Hidalgo cabecera es de 33,924 habitantes (femenina de 17,240 y masculina de 16,684). Los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 10 a 14 años (5,629 habitantes), 15 a 19 años (5,617 habitantes) y 5 a 9 años (5,471 habitantes). Entre ellos concentraron el 27.9% de la población total (INEGI, Censo 2020).

Las ventas internacionales de Escuinapa en 2023 fueron de US\$125M, las cuales crecieron un 28.6% respecto al año anterior. Los productos con mayor nivel de ventas internacionales en 2023 fueron mangos, higos, piña, aguacate, guayaba (US\$28.7M) (DataMexico, 2024).

En 2020, la mayoría de las viviendas particulares habitadas contaba con 3 y 2 cuartos, 30.6% y 21.7%, respectivamente. En el mismo periodo, destacan las viviendas particulares habitadas con 2 y 1 dormitorios, 42.1% y 38.7%, respectivamente. Sobre servicios y conectividad en la vivienda, el acceso a tecnología de los habitantes es del 44.2% con acceso a internet, 24.3% disponen de computadora, 88.1% cuentan con celular; sobre entretenimiento el 70.3% de los habitantes disponen de televisión pagada, 7.86% cuentan con servicio de películas y 4.68% disponen de consola de videojuegos. Respecto a disponibilidad de bienes, el 33.4% cuentan con horno, 67.3% tienen lavadora y 86.6% tienen refrigerador. Acerca de servicio de transporte, del total de habitantes, 37% disponen de automóvil, 33% de motocicleta y 64% de bicicleta. Y en relación a equipamiento, 0.14% disponen de paneles solares, 0.71% de calentador solar de agua y 50.1% tienen aire acondicionado.

En 2020, los principales grados académicos de la población de Escuinapa fueron secundaria 28.3%, primaria 28% y preparatoria o bachillerato general 22.2%, licenciatura 15.1%, maestría 0.49% y doctorado 0.16% (Censo, 2020). En 2020, 37.4% de la población se encontraba en situación de pobreza moderada y 6.73% en situación de pobreza extrema. La población vulnerable por carencias sociales alcanzó un 38.1%, mientras que la población vulnerable por ingresos fue de 3.84%. Las principales carencias sociales de Escuinapa en 2020 fueron carencia por acceso a la seguridad social, carencia por acceso a la alimentación y carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda.

### **Recursos turísticos en Escuinapa**

Para el desarrollo de actividades turísticas, Escuinapa cuenta con recursos naturales y culturales. De las 22 Áreas Naturales Protegidas[1] (ANP) de jurisdicción federal, estatal y nacional en Sinaloa, el municipio cuenta con el ANP de jurisdicción federal denominada Juan M. Banderas, reconocida en 2023 como Área de Protección de Flora y Fauna con 2,489.22 Ha. de superficie en las que se localiza vegetación de acuerdo al INEGI (Serie III), como: selva baja espinosa, vegetación de dunas costeras, matorral costero, selva baja caducifolia y manglares, con especies representativas como flora: guayacán (*guaiacum coulteri*), mangle rojo (*rhizophora mangle*), mangle botoncillo (*conocarpus erectus*), mangle blanco (*laguncularia racemosa*), mangle negro (*avicennia germinans*); fauna: playero occidental (*calidris mauri*), sapo boca angosta (*gastrophryne olivacea*), serpiente coralillo (*micrurus distans*), chara de beechy (*cyanocorax beecheii*), jaguar (*panthera onca*), tigrillo, ocelote, margay (*leopardus wiedii*), ocelote, tigrillo (*leopardus pardalis*), yaguarundí (*herpailurus yagouaroundi*), puma (*puma concolor*), lince (*lynx rufus*), yaguarundí (*herpailurus yagouaroundi*), tortuga verde o prieta (*chelonina mydas*), tortuga golfina (*lepidochelys olivacea*), tortuga laúd (*dermochelys coriacea*), murciélago lengüetón (*glossophaga soricina*), que ofrecen la oportunidad para su avistamiento (CONANP, 2024).

Las marismas del municipio de Escuinapa abarcan un área de aproximadamente 155 kilómetros cuadrados, compuesta por sistemas lagunares de aguas dulces y saladas, es un espacio natural que tuvo ocupación prehispánica donde se han registrado 174 sitios arqueológicos, así como un número indeterminado de concheros de ostión ya destruidos (Instituto Nacional de Antropología e Historia, INAH, 2024).

Se ubican en la costa nor-occidental del Pacífico Mexicano formada por lagunas costeras de agua salobre, manglares, lodazales o pantanos y cañadas, incorpora regiones conocidas como Las Cabras, Teacapán, Agua Brava, Marismas Nacionales y San Blas. Esta región cuenta con 113,000 hectáreas de manglares y estuarios (15 al 20% del total de manglares del país y los más extensos en su tipo en la costa del Pacífico), pequeños bosques de selva tropical maderables (cedros, encinos, amapas entre otros), no maderables (palma de aceite, palma de coco de agua, mangle blanco, rojo, negro y chino) y pastos (WHSRN, 2024).

También se localiza Teacapán, como área de influencia en ANP Banderas. Su costa forma una zona de humedales, lugar para aventuras ecológicas como paseos en lancha por los islotes para observar aves, manglares, playas vírgenes, donde pueden ver delfines y la milenaria pirámide de conchas construidas por antiguos pobladores de la zona. También cuenta con playas vírgenes como la Tambora, Lupitas y Las Cabras (Sinaloa. Travel, 2024). La fauna es abundante, habitan diversos tipos de aves: garzas blancas y rosas, patos canadienses y pichiuilas entre otras; hay una gran cantidad de animales silvestres, venados, gato montés, tigrillo, jabalí, etc.

Respecto a recursos culturales, el municipio cuenta con festividades anuales como la Fiesta del mar de Las Cabras, fiesta de San Francisco de Asís junto con la iglesia de San Francisco de Asís por su valor histórico, arquitectónico, artístico y religioso, Capilla del

Gallo, Casa de la cultura, Malecón Siglo XXI, Plazuela Corona, Parque Hidalgo, Mercado municipal, Palacio Municipal y Monumento a la Bicicleta; de su gastronomía ofrece platillos preparados a base de camarón como tamales barbones, tacos dorados, tixtihuil (platillo prehispánico), (Sinaloa.travel, 2024).

Respecto a instalaciones y la dotación de bienes y servicios destinada a atender visitantes, INEGI (2023) señala que Escuinapa cuenta con 14 empresas de alojamiento, 13 empresas de transporte, 64 establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas (47 restaurantes, seis servicios de preparación de otros alimentos, nueve cafeterías y dos bares). Así mismo, se cuenta con tres agencias de viajes, cuatro parques acuáticos y balnearios, un centro de enseñanza turística y tres tiendas de artesanías.

### **Resultados de la Vocación turística**

Se presenta en primer término las características de la muestra, es decir, el perfil de las personas cuyo puesto laboral fue, en todos los casos, de responsable de establecimiento o un área, y se identificaron como propietario, gerente, encargado, administrador, responsable de departamento, entre otros, a quienes se aplicó el cuestionario. En la segunda parte de los resultados se expone las opiniones de los residentes que laboran en las empresas prestadoras de servicios turísticos de Escuinapa, en relación a: 1. Importancia del turismo en la economía de la comunidad, 2. Interés en desarrollar la actividad turística en la comunidad, 3. Interés de la población en participar en la actividad turística, 4. Percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos, 5. Percepción del potencial del turismo para contribuir en la economía, 6. Percepción de la comunidad por los turistas, 7. Actitud de la población local frente a la actividad turística, 8. Actitud de la población local frente a los turistas, 9. Intención de los estudiantes de nivel medio de estudiar carreras turísticas, 10. Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio

### **Perfil del residente de Escuinapa**

El 51.4% de los encuestados son mujeres; mientras que sobre nivel de estudios el 36.4% tiene preparatoria, 27% secundaria, 25.1% licenciatura y 11.6% primaria. 31.3% tienen de 18 a 29 años de edad, 23.6% es de 40 a 49 años, 20.3% de 30 a 39, 13.5% de 50 a 59 y 11.3% cuenta con más de 60 años de edad. Sobre años viviendo en Escuinapa, el 76.2% señala que tiene más de 20 años, 13.9% de 10 a 19 años y el 10% solo de 5 a 9 años. El 73.7% son empleados y el resto cuenta con empresa propia (ver tabla 2).

Tabla 2. Perfil de los residentes de Escuinapa encuestados

Perfil, %, %, %

Género, 51.4% mujer, ,

Estudios, 36.4% preparatoria, 27% secundaria, 25.1% licenciatura

Edad, 31.3% 18 a 29, 23.6% 40 a 49, 20.3% 30 a 39

Antigüedad en la comunidad, 76.2% más de 20, 13.9% 10 a 19, 10% 5 a 9

Trabaja en, 73.7% empleado, 26.3% dueño,

Respecto a resultados obtenidos de 364 encuestas aplicadas a los habitantes de Escuinapa, quienes se desempeñan en las empresas prestadoras de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, bancos, institución de servicios de salud, comercio y bancos, entre otros, considerando 1 al menor valor y 5 al mayor (1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo 3 = neutral, 4=de acuerdo y 5 = totalmente de acuerdo) considerando escala de Likert. Es un modelo de encuesta que suele incluir de cinco a siete opciones de respuesta que van desde muy de acuerdo a muy en desacuerdo, con una opción neutral en el medio; al examinar la proporción de respuestas en el punto neutral, el investigador puede medir el nivel de ambivalencia o incertidumbre dentro de la población encuestada, es crucial para identificar a los encuestados que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con una determinada afirmación.

Likert es una escala de valoración, se utiliza en las encuestas de ciencias sociales, para medir una serie de temas de sentimiento diferentes, como la probabilidad, el acuerdo, la calidad, la frecuencia y la importancia [1], para medir y conocer actitudes, percepciones, opiniones y el sentimiento hacia un producto, un servicio, una marca o un mercado; evalúa los sentimientos hacia una afirmación que se pregunta.

### Vocación turística de los residentes de Escuinapa

Respecto a la importancia del turismo en la economía de Escuinapa, la mayoría de los residentes encuestados coinciden con respuesta que va de lo neutral hacia la respuesta de no estar de acuerdo en que el turismo es una actividad importante para Escuinapa ni tampoco genera empleos, ingresos ni realizan actividades acordes al turismo, por lo que no es importante para las empresas ni las personas de la localidad (ver tabla 3).

Tabla 3. Importancia del turismo en la economía de la comunidad

	1. Importancia del turismo en la economía de la comunidad	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	El turismo es una de las actividades económicas más importantes de la comunidad	<b>21.</b>	20.1	<b>21.4</b>	17.6	19.5
2	Parte importante de los empleos e ingresos que se generan en la comunidad provienen de la actividad turística.	19.8	22.9	<b>24</b>	18.7	14.6
3	La actividad turística juega un papel central en la economía de la comunidad	19.8	<b>21.8</b>	19.8	19.8	18.7
4	Parte importante de las empresas y de las personas de la comunidad se dedican a actividades relacionadas con el turismo.	22	22.5	<b>22.8</b>	18.1	14.6

A las preguntas sobre las organizaciones que formulan proyectos turísticos y apuestan al turismo como opción de desarrollo local así como el rol del turismo en planes y proyectos de desarrollo de Escuinapa, la respuesta de los residentes fue que no están de acuerdo o

con respuesta neutral, indicando que el interés en desarrollar la actividad turística en el municipio es bajo (ver tabla 4).

Tabla 4. Interés en desarrollar la actividad turística en la comunidad

	2. Interés en desarrollar la actividad turística en la comunidad	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	Numerosas organizaciones públicas y privadas están actualmente formulando proyectos turísticos en la comunidad	<b>28.5</b>	23.8	26	13	8.8
2	El turismo juega un papel central en los planes y proyectos de desarrollo de la comunidad	18.2	27.8	<b>30</b>	15.4	8.5
3	Muchas personas y organizaciones apuestan actualmente al turismo como opción de desarrollo local de la comunidad	20.7	22.6	<b>31.1</b>	18.2	7.4

Sobre el interés de la población en participar en la actividad turística, la mayoría de los residentes encuestados responden en forma neutral con tendencia hacia la respuesta no esta de acuerdo, es decir no perciben que los habitantes de Escuinapa se identifican con una actividad vinculada con el turismo, ni tampoco identifican que la población se interese en dedicarse a determinadas actividades o a trabajar en la industria turística o a invertir en proyectos turísticos (ver tabla 5)

Tabla 5. Interés de la población en participar en la actividad turística

	3. Interés de la población en participar en la actividad turística	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	Si pudiera, me dedicaría a una actividad vinculada con el turismo.	22.3	22.6	<b>23.1</b>	17.6	14.3
2	Parte importante de la población se interesa en dedicarse a actividades vinculadas con el turismo.	17.9	24.7	<b>27.2</b>	19.5	10.7
3	Si pudiera, la mayoría de la población se dedicaría a trabajar en la industria turística.	17.3	25.3	<b>24.5</b>	21.4	11.5
4	En esta comunidad, muchas personas intentan obtener empleos en la industria turística.	20.4	22.9	<b>29</b>	18	9.7
5	Actualmente, en esta comunidad, muchas personas y empresas se interesan en invertir en proyectos turísticos.	20.1	<b>26.4</b>	23.4	21.4	8.8

En relación a la percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos, las respuestas de los residentes encuestados coinciden con la dimensión anterior ya que la mayoría de las respuestas van de lo neutral a la respuesta de no estar de acuerdo cuando se trata de identificar si Escuinapa cuenta con una cantidad importante de atractivos turísticos de gran valor que permiten competir como destino turístico de primer nivel y si posibilitan desarrollar actividades turísticas (ver tabla 6).

Tabla 6. Percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos

	4. Percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	La comunidad cuenta con una cantidad importante de atractivos turísticos de gran valor.	22	21.2	<b>27</b>	18.2	11.6
2	Los atractivos turísticos de la comunidad permiten a nuestra ciudad competir como destino turístico de primer nivel.	24.5	<b>25.5</b>	<b>25.5</b>	18.7	

3	Los atractivos turísticos de la comunidad posibilitan desarrollar actividades turísticas	19.3	24	<b>29.8</b>	18.5	8.5
---	--	------	----	-------------	------	-----

La mayoría de los residentes encuestados responden en forma neutral y no están de acuerdo cuando se trata de identificar si Escuinapa cuenta con atractivos turísticos que, de ser desarrollados en todo su potencial, permitirían generar una importante actividad económica, ubicando a la ciudad entre los principales destinos turístico y que presentan un potencial que sólo espera que se pongan en operación los planes y proyectos de desarrollo turístico existentes para generar importantes beneficios económicos y sociales (ver tabla 7).

Tabla 7. Percepción del potencial del turismo para contribuir en la economía

	5. Percepción del potencial del turismo para contribuir en la economía	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	La comunidad cuenta con atractivos turísticos que, de ser desarrollados en todo su potencial, permitirían generar una importante actividad económica.	18.4	21.4	<b>28.6</b>	21.2	10.4
2	La comunidad cuenta con atractivos turísticos que, en caso de ser desarrollados, ubicarían a nuestra comunidad entre los principales destinos turísticos del país.	22.3	23.9	<b>27.2</b>	19.8	0
3	Los atractivos turísticos de la comunidad presentan un potencial que sólo espera que se pongan en operación los planes y proyectos de desarrollo turístico existentes para generar importantes beneficios económicos y sociales.	17.3	21.7	<b>29.7</b>	22.3	9.1

Acerca de la existencia de flujos de turistas visitando Escuinapa por iniciativa propia, sin promoción; la atracción de turistas de manera natural y el reconocimiento del municipio como zona turística para visitar debido a sus atractivos naturales y/o culturales, la mayoría de los residentes encuestados responden no estar de acuerdo y también con respuesta neutral lo que indica que no perciben la llegada de turistas a Escuinapa (ver tabla 8).

Tabla 8. Percepción de la comunidad por los turistas

	6. Percepción de la comunidad por los turistas	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	Normalmente existen considerables flujos de turistas visitando la comunidad por iniciativa propia, sin necesidad de realizar promoción.	22.8	<b>26.1</b>	25.8	15.9	9.3
2	Nuestra comunidad tradicionalmente atrae corrientes turísticas de manera natural.	21.4	25.3	<b>26.6</b>	18.7	8
3	Debido a sus atractivos naturales y/o culturales, históricamente, nuestra comunidad ha sido percibida por las personas de otras regiones como una zona turística a visitar.	21.7	26.6	<b>26.9</b>	15.9	8.8

La actitud se define como una predisposición aprendida a responder de forma consistente de una manera favorable o desfavorable con respecto a un objeto determinado; en ese sentido, la mayoría de los residentes encuestados responden en forma neutral o que no están de acuerdo en que la población de Escuinapa considera que la actividad turística es muy positiva para el desarrollo socioeconómico local, tampoco están de acuerdo en que los habitantes presentan actitud muy positiva frente a la actividad turística en la localidad ni perciben a las empresas y operadores turísticos como importantes contribuyentes al desarrollo socioeconómico local; lo anterior denota actitud desfavorable de los habitantes, frente a la actividad turística (ver tabla 9).

Tabla 9. Actitud de la población local frente a la actividad turística

	7. Actitud de la población local frente a la actividad turística	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	La población de la comunidad considera que la actividad turística es muy positiva para el desarrollo socioeconómico local.	18.7	22	<b>26.2</b>	20.1	12.9
2	Los habitantes de la comunidad presentan una actitud muy positiva frente a la actividad turística en la localidad.	19	21.4	<b>26.4</b>	21.2	12.1
3	Los habitantes de la comunidad perciben a las empresas y operadores turísticos como importantes contribuyentes al desarrollo socioeconómico local.	16.8	24.2	<b>25.3</b>	21.7	12.1

Sobre la actitud de los habitantes de Escuinapa frente a los turistas, la mayoría de los residentes encuestados responden en forma neutral o que no están de acuerdo respecto a que los habitantes reciben a los visitantes con hospitalidad, los ven con buenos ojos, consideran que traen beneficios y progreso y considera muy positiva la presencia de turistas en la localidad, lo que significa que los residentes muestra actitud no favorable cuando se trata de los turistas que visitan la ciudad (ver tabla 10).

Tabla 10. Actitud de la población local frente a los turistas

	8. Actitud de la población local frente a los turistas	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	La población local recibe a los visitantes con gran hospitalidad.	19.8	<b>25.3</b>	24.8	20.4	9.6
2	La población local ve con muy buenos ojos a los turistas que nos visitan.	19.1	24.3	<b>26.2</b>	22.9	7.5
3	La población local considera que los turistas traen consigo beneficios y progreso.	15.9	25.5	<b>26.9</b>	22.5	9.1
4	La población local considera muy positiva la presencia de turistas en la localidad.	18	24	<b>25.7</b>	22.7	9.7

Sobre carreras turísticas, la mayoría de los residentes encuestados responden con la opción neutral o con desacuerdo o totalmente en desacuerdo sobre numerosos jóvenes estudiantes se interesan por inscribirse en carreras turísticas, las opciones académicas de turismo generalmente rechazan aspirantes y es necesario incrementar las plazas en las

opciones académicas del área de turismo. Lo anterior hace referencia que la intención de los estudiantes para estudiar carrera turística es limitada (ver tabla 11).

Tabla 11. Intención de los estudiantes de nivel medio de estudiar carreras turísticas

	9. Intención de los estudiantes de nivel medio de estudiar carreras turísticas	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	Numerosos jóvenes estudiantes se interesan por inscribirse en carreras turísticas.	23.9	27.7	<b>29.4</b>	14.8	0
2	Las opciones académicas de turismo generalmente rechazan aspirantes.	18.7	29.7	<b>30.8</b>	15.4	0
3	Es necesario incrementar las plazas en las opciones académicas del área de turismo.	18.5	23.7	<b>29.5</b>	19.3	9.1

Y sobre el fomento del turismo en Escuinapa, la mayoría de los encuestados responden totalmente en desacuerdo sobre las dependencias que fomentan el turismo en el municipio, tales como gobierno del estado, municipal, departamento de planeación, fomento económico, turismo, cultura, Canaco, Canirac, asociación de hoteles, agencias, entre otros. Lo anterior denota total ausencia de los organismos, en actividades que promuevan el turismo con el fin de fortalecer su imagen y sus resultados (ver tabla 13).

Tabla 12. Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio

, 10. Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio,

	10. Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
1	Gobierno del Estado	<b>36.3</b>	24.5	20.1	15.7	0
2	Oficinas del Ayuntamiento / de la comunidad	28.3	<b>30.2</b>	23.9	14.3	0
3	Planeación	<b>37.4</b>	23.6	24.7	12.4	0
4	Fomento Económico	<b>34.9</b>	27.2	23.1	12.6	0
5	Turismo	<b>30.8</b>	25.8	26.9	13.5	0
6	Cultura	<b>29.9</b>	29.1	23.9	14.3	0
7	Canaco-Servytur	<b>35.7</b>	26.9	24.7	11	0
8	Canirac	<b>33.2</b>	29.9	22.3	12.1	0
9	Asociación de hoteles, agencias, etcétera	<b>31.0</b>	26.9	23.4	15.9	0
10	Asociación de agencias de viajes o <i>tour</i> operadores	<b>30.5</b>	29.1	21.9	14.7	0

## Conclusiones

El turismo representa un factor de desarrollo socioeconómico para las comunidades, convirtiéndose en una estrategia para la transformación y el desarrollo local, endógeno y regional; con potencial para ayudar a mejorar las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables, reducir la pobreza, proteger el medio ambiente y mejorar las relaciones interculturales, convirtiéndose así en un catalizador de progreso y crecimiento.

El turismo impacta sobre las sociedades receptoras y emisoras. Entre los impactos socioculturales y económicos del turismo están la mejora de la calidad de vida de la comunidad anfitriona, el fomento del interés por la cultura, tradiciones, costumbres propias y el patrimonio histórico; genera oportunidades de empleo, mejora la economía local y las oportunidades de inversión en nuevos negocios. Aunque puede ser positivo

contribuyendo al desarrollo económico y cultural, también presenta desafíos, como aumento de precios de vivienda y de servicios básicos.

La vocación turística es un término que se aborda con diferentes enfoques tales como la naturaleza o recursos locales, las características de un destino, la cultura y el territorio, entre otros. Para fines de este estudio, se aplicó el término de vocación turística, en el municipio de Escuinapa, en función de la disposición e interés de los habitantes de una zona para desempeñarse en el sector de servicios turísticos con la finalidad de promoverlo y beneficiarse de él.

El estudio de la vocación turística que se aplicó, permitió conocer el perfil de los residentes de Escuinapa que se desarrollan laboralmente en diferentes empresas prestadoras de servicios turísticos, incluyendo tres tipos de empresas con actividades económicas preponderantes y cuatro tipos de empresas de apoyo. Del total de encuestas aplicadas, se obtuvo resultados en la restaurantera en primer lugar con 31%, seguida de actividades comerciales en mercado 20% y en empresas locales alrededor de la zona centro 19%, servicios de hospedaje 10%, transporte 10%, servicios de apoyo médico 9% y en bancos 1%.

La investigación generó información, recopilada de primera mano de los residentes de Escuinapa. Con ello, la realidad del lugar no cae en la subjetividad o criterio del investigador, pues son los habitantes quienes expresan sus opiniones en cada una de las dimensiones para identificar el grado de vocación turística, permitiendo conocer las problemáticas o fortalezas que se experimenta en el sector turístico de la comunidad.

Para identificar los participantes claves se procedió a realizar un mapeo de actores, localizando a quienes se desempeñan laboralmente en las empresas que se relacionan con la actividad turística ofreciendo alguno de los servicios requeridos por los visitantes, tales como alimentos y bebidas, alojamiento, transporte, comercios, apoyos como servicio de salud y bancaria de la comunidad

Respecto a los recursos turísticos, se concluye que la comunidad de Escuinapa cuenta con recursos principalmente naturales y culturales, los cuales ofrecen al turista la oportunidad de tener contacto con la naturaleza realizando actividades ecoturísticas, de aventura o en contacto con los habitantes integrándose en las actividades locales; admirando los paisajes o disfrutando con el avistamiento de flora y fauna. Así mismo disfrutando del patrimonio cultural como elemento de identidad de la comunidad y atributo diferenciador que facilita el desarrollo de actividades. Los recursos turísticos actuales de la comunidad de Escuinapa ofrecen la oportunidad de realizar viajes con el fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales.

Sobre la vocación turística de los habitantes de Escuinapa, a partir de la aplicación del cuestionario con respuestas con escala de Likert de cinco grados que incluye las dimensiones

1. Importancia del turismo en la economía de la comunidad, 2. Interés en desarrollar la actividad turística en la comunidad, 3. Interés de la población en participar en la actividad turística, 4. Percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos, 5. Percepción del potencial del turismo para contribuir en la economía, 6. Percepción de la comunidad por los turistas, 7. Actitud de la población local frente a la actividad turística, 8. Actitud de la población local frente a los turistas, 9. Intención de los estudiantes de nivel medio de estudiar carreras turísticas y 10. Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio, se concluye lo siguiente.

Entendiendo que la vocación turística se deriva esencialmente de la disposición de la población local y de las clases dirigentes para fomentar la actividad turística y participar en su desarrollo los hallazgos permiten concluir que los residentes de Escuinapa que desarrollan actividades en las empresas prestadoras de servicios turísticos de la localidad perciben en nueve de las diez dimensiones con una percepción neutral, lo que denota que para los habitantes de la localidad el turismo es una actividad económica que no tienen clara su importancia para la comunidad, generando opiniones imparciales sobre el interés en desarrollar o participar en actividades turísticas; lo mismo sucede con la opinión respecto a los atractivos y recursos turísticos y su potencial para contribuir en la economía, es decir aunque Escuinapa cuenta con una diversidad de recursos turísticos principalmente naturales y culturales, estos son desaprovechados para motivar y fortalecer el aumento de visitantes a Escuinapa. Respecto a los turistas que visitan la comunidad, la respuesta predominante fue imparcial lo que denota que aunque reconocen que se tiene turistas que visitan la ciudad no existe interés por atenderlos y ofrecerles la mejor experiencia, y con ello su actitud frente al desarrollo de actividades turísticas y frente al turista es limitada. Respecto a la intención de los estudiantes por estudiar carreras turísticas, se presenta una situación similar ya que las opiniones de la mayoría son hacia una postura neutral. En relación al rol de las dependencias y organizaciones los habitantes no identifican su rol para el fomento del turismo declarando respuestas principalmente de no estar de acuerdo.

La respuesta neutral de la escala Likert es útil para identificar a los encuestados que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con una determinada afirmación. Considerando que en nueve de las diez dimensiones la respuesta de la mayoría de los encuestados es neutral, se concluye que los habitantes de Escuinapa adoptan una postura de ambivalencia o incertidumbre ante el turismo y las actividades que se desarrollan en este campo.

En consecuencia, no se puede afirmar que la presencia de recursos turísticos naturales y culturales definen la vocación turística de una comunidad sino que es necesario que los residentes se involucren, participen de manera activa y propongan de la mano de los organismos públicos y privados para que el sector turístico en la comunidad se dinamice y promueva mayores niveles de acción de todos los actores.

En resumen, se concluye que los residentes de la comunidad de Escuinapa, Sinaloa, en México presentan vocación turística en un grado incipiente, reconociendo que aunque la llegada de turistas a la localidad genera derrama económica, la estacionalidad de la

actividad turística, la escasa participación de los organismos promotores del turismo y el limitado interés de los residentes, refleja la necesidad de diseñar estrategias para el desarrollo del turismo, de la comunidad y cambiar de una disposición negativa de los habitantes hacia una disposición positiva hacia la actividad turística.

### Referencias

- Amaya, C; Mundo R; Gómez C. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Teoría y Praxis. Coordinación Metropolitana de Yucatán. <http://comey.yucatan.gob.mx>
- CONANP Comisión nacional de áreas naturales protegidas y SIMEC Sistema de información, monitoreo y evaluación para la conservación. (2024) Área Natural Protegida Juan M. Banderas. <https://simec.conanp.gob.mx/ficha.php?anp=210&reg=11>
- Domínguez Aguilar, Mauricio (2011). Avances en el estudio de la estructura territorial de la zona metropolitana de Mérida, Yucatán. Revista Península No. VI, num.1 García, Xool,
- Secretaría de Fomento Económico. <http://www.sefoe.yucatan.gob.mx> Consultado el 11 de noviembre de 2016.
- Singüenza (2014). Indicadores de vocación para empresas y destinos turísticos. Congreso de investigación turística aplicada. Recuperado de: [http://www.observatorioturisticogto.org/cenDoc/71c7b-LuisFelipeS\\_\\_ICTUR2014.pdf](http://www.observatorioturisticogto.org/cenDoc/71c7b-LuisFelipeS__ICTUR2014.pdf)
- Datur, Secretaría de Turismo. [http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario\\_R](http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_R)
- Antón, s. (2005). Planificación territorial del turismo. España: UOC, 215 p.
- Boullon, r. (1985). Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas, 245 p.
- Cáceres, c. (2005). Berlín, Praga, Barcelona “8 días 7 noches” políticas urbanas y turismo global. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. [En línea] Barcelona: Universidad de Barcelona, IX (194). Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-115.htm>
- Chávez, M. y García, I. (2011). Zonificación territorial de la cuenca del Río Eslava, D.F, a partir de la identificación de áreas ecológicamente sensibles. Sociedades rurales, producción y medio ambiente, 11 (22), 17-52.
- Gómez, D. (2007). Ordenación territorial. Madrid: Ediciones Mundi Prensa, 545 p.
- Gómez, C.; Amaya, C. y Mundo, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Teoría y praxis, pp. 75-100.
- González, F. y Morales, s. (2009). Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos. Barcelona: Editorial UOC, 190 p.
- Hildenbrand, a. (1996). Política de ordenación del territorio en Europa. Sevilla: Universidad de Sevilla, 544 p.
- López, D. (1998). La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I, 302 p.
- López, L.; Sepúlveda, W. y Gómez, J. (2015). El Rol del turismo en los planes de ordenamiento territorial de Medellín. Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, 5 (2), 26-34.

- Petrizzi, r. (2011). El genios loci y la vocación turística de un destino. Blog educación y turismo. [En línea]. Disponible en: <http://ramirope trizzi.blogspot.com.co/2011/05/el-genios-lo-ci-y-la-vocacion-turistica.html>.
- Quaglieri, A. y Paolo, A. (2010). Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, XIV (323). Barcelona: Universidad de Barcelona. [En línea]. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-323.htm> ISSN: 1138-9788.
- Sanabria, T (2010). Cuatro precisiones metodológicas para identificar la aptitud territorial. Bitácora Urbano Territorial, 1 (16), 79-88.
- Sánchez, J. (2013). Lana Fundida, nieve tejida: nuevas políticas urbanas frente al declive industrial en Béjar (Salamanca). Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, XVII (458). Barcelona: Universidad de Barcelona. [En línea] Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-458.htm>
- Sánchez, R. (1991). Bases para o ordenamento ecológico-paisagístico do meio rural e florestal: zoneamento agroecológico. Cuaibá. Fundação de Pesquisas Cândido Rondon, 142
- Simancas, M. (2008). El sistema de cobro de una tasa pública por la prestación de servicios turísticos en las áreas protegidas de Canarias. Cuadernos de Turismo, (21), 201-237.
- Troncoso, C. (2016). Hacia una nueva geografía turística del noroeste argentino. La pro moción de los “confines turísticos” en las provincias de Salta y Jujuy. Estudios socioterritoriales. Tandil: Centro de Investigaciones Geográficas. [En línea] enero–junio, (19), 97-116. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/esso/v19/v19a07.pdf>
- CODESIN (2017), Turismo en Sinaloa en el 2017
- Figuerola (1991), Teoría económica del Turismo. Alianza Madrid
- Acerenza (1982), Promoción turística: un enfoque metodológico, vol. 1. Universidad de Texas
- Escuinapa. Gob (2024). Datos básicos. <https://escuinapa.gob.mx/nuestro-municipio/datos-basicos/>
- Escuinapa (2024), Datos básicos Escuinapa. <https://escuinapa.gob.mx/nuestro-municipio/datos-basicos/>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill
- Hernández, César Ernesto (2024), Áreas naturales protegidas en Sinaloa. <https://revistaespejo.com/2024/04/01/estas-son-las-22-areas-naturales-protégidas-en-sinaloa/>
- INEGI (2019), Anexo estadístico y gráfico del Tercer Informe de Gobierno 2019
- INEGI (2017), Anuario estadístico y geográfico de Sinaloa
- INEGI (2022), Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas
- INEGI (2020). Censo de población y vivienda. <https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/sin/poblacion/default.aspx?tema=me&e=25>
- Martín (2003), Manual de Teoría y Práctica del Turismo. Texto Docente de la Universidad de La Habana, Centro de Estudios Turísticos. . Universidad de La Habana, Centro de Estudios Turísticos.

- Instituto Nacional de Antropología e Historia INAH (2024) Los paisajes naturales y arqueológicos de las marismas de Escuinapa, Sinaloa, en exposición fotográfica. <https://www.inah.gob.mx/boletines/los-paisajes-naturales-y-arqueologicos-de-las-marismas-de-escuinapa-sinaloa-en-exposicion-fotografica>
- Quesada R. (2007), Elementos del turismo. EUNET
- SECTUR (2022), ¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?
- Sinaloa travel (2024), Escuinapa. <https://sinaloa.travel/destinos/escuinapa>
- SECTUR (2016), Turismo de reuniones. Genera turismo de reuniones 890 mil empleos en todo el país: SECTUR
- OMT (1993) Clasificación Internacional propuesta por la OMT, Madrid
- Red hemisférica de reservas para aves playeras WHSRN (2024). Marismas nacionales. [https://whsrn.org/es/whsrn\\_sites/marismas-nacionales/#:~:text=Localizado%20en%20la%20costa%20nor,Marismas%20Nacionales%20y%20San%20Blas](https://whsrn.org/es/whsrn_sites/marismas-nacionales/#:~:text=Localizado%20en%20la%20costa%20nor,Marismas%20Nacionales%20y%20San%20Blas)
- SECTUR (2024), Evaluación de la Vocación Turística (Oaxaca). <https://www.oaxaca.gob.mx/sectur/wp-content/uploads/sites/65/2020/01/San-Juan-Sosola.pdf>
- Zambrano, Pablo Alejandro, Lomas, Delgado Verónica (2021). Estudio del territorio de la vocación turística: Caso del barrio “El Vado”, Cuenca, Ecuador. DOI: 10.33324/uv.v1i1.360  
[https://revistas.uazuay.edu.ec/html/revistas/UVERDAD/078/articulo05/uazuay.estudio\\_del\\_territorio\\_de\\_la\\_vocacion\\_turistica.html](https://revistas.uazuay.edu.ec/html/revistas/UVERDAD/078/articulo05/uazuay.estudio_del_territorio_de_la_vocacion_turistica.html)
- Bejarano, J., & Quispe, E. M. (2019). Potencial Turístico del Valle de Canco en el distrito de Huambo Provincia de Caylloma Región Arequipa, 2018. Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín. <https://bit.ly/2R9yUv3>
- Boisier, S. (2011). El territorio en la contemporaneidad. Líder: revista labor interdisciplinaria de desarrollo regional(18), 9-24. <https://bit.ly/3fCUgu3>
- Covarrubias et al. (2019). Entre el turismo y el puerto: Una evaluación de la vocación turística de Manzanillo, Colima, México. (R. Covarrubias Ramírez, C. Gómez Hinojosa, T. Cuevas Contreras, & G. Gómez Ceballos, Edits.) Turismo y vocación. Una aproximación teórico-metodológica, 129-156. <https://cutt.ly/pbXBbMw>
- Erreguerena, F. (2020). Repolitizar los territorios. Reflexiones sobre los conceptos de territorio y poder en la extensión universitaria. Revista de Extensión Universitaria(13), pp. 1-13. <https://cutt.ly/9bXBDGZ>
- Heras, B. V. (2015). Cuenca, quince años como patrimonio mundial: evaluación de los procesos de documentación y monitoreo. Estoa(6), 27-35. <https://bit.ly/3yS3fz9>
- INEGI (2020), CENSO. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Microdatos>
- León Téllez, I. A. (2019). Factores y Mecanismos Genéricos del Desarrollo Local: Capacidades para su Gestión. En J. A. Marquez, & J. L. Llamas, Hélices y anclas para el desarrollo local (págs. 57 - 69). Huelva: Diputación Provincial de Huelva. <http://hdl.handle.net/10272/17416>
- López et al. (2017). Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de la ciudad. Estudio de caso en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia. (López, Gómez, Sepúlveda, & Ochoa, Edits.) Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía(21), 71-89. <https://cutt.ly/0bXBMcp>

- Morales, R. A. (2019). Desarrollo Local: La producción en el agro con valor agregado y su uso en el turismo rural, comunitario, como forma de mejorar los ingresos del productor. En J. A. Márquez, & J. L. LLamas, Hélices y anclas para el desarrollo local (págs. 1011 - 1017).<http://hdl.handle.net/10272/17416>
- Moscoso, M. S. (2016). La evolución del paisaje urbano histórico de Cuenca desde el siglo XIX hasta la actualidad. Trabajo de grado, Universidad de Cuenca, Cuenca.<https://bit.ly/3ySPxfh>
- Nájera et al. (2020). Análisis de métodos de evaluación de la aptitud del territorio para turismo alternativo. (A. Nájera González, F. M. Carrillo González, R. M. Chávez Dagostino, & O. Nájera González, Edits.) El Periplo Sustentable(39), 139 - 162. <https://n9.cl/hagx>
- Pérez, M. A., González, M. d., & Valdez, J. R. (2012). Métodos para determinar la aptitud ecoturística de áreas forestales. Revista Chapingo serie ciencias forestales y del ambiente, 18(3), 271-289. <https://cutt.ly/5bXNr4A>
- Proaño, D. (2017). Revitalización de barrios antiguos y tradicionales de Cuenca a través de equipamientos públicos. Trabajo de Grado, Universidad del Azuay, Cuenca. Obtenido de <https://bit.ly/3uxr9g4>
- Psychology » Research Methodology (2023). Likert Scale Questionnaire: Examples & Analysis Saul McLeod, PhD.. <https://www.simplypsychology.org/likert-scale.html>
- Rodríguez, F. G., & Schwindt, C. G. (2019). La conformación de una comunidad emocional y sensorial carolingia. Revista del CEHis(9), 2-13. <https://cutt.ly/HbXNoQH>
- Rojas, J., & Carballo, J. (2020). Territorio y Trabajo por cuenta propia en Cuba. Una mirada desde el municipio Playa, provincia la Habana. Estudios de Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 8(3), 257 - 269. <https://cutt.ly/gbXNac1>
- Sanabria, T. H. (2010). Cuatro precisiones metodológicas para identificar la aptitud territorial. Bitacora 16 Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 80.
- Tapia, V. (2013). El concepto de barrio y el problema de su delimitación: aportes de una aproximación cualitativa y etnográfica. Bifurcaciones, 12, 1 - 12. <https://cutt.ly/ebXNhco>
- Vaca, E. D., & M Vaca, M. A. (2019). El Turismo como herramienta de Desarrollo Local. Combatiendo la Estacionabilidad en Turismo en Ushuaia (ARGENTINA). En J. A. Marquez, & J. L. LLamas, Hélices y anclas para el desarrollo local (págs. 839 - 850). Huelva - Cartagena de Indias, España: Diputación Provincial de Huelva. <https://cutt.ly/IbXBWnf>
- Venegas, R. (2007). Aptitud Territorial una aproximación hacia la planeación y el ordenamiento territorial. En R. Venegas, Libro Universitario (pág. 21). Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California. <https://cutt.ly/qbXNk6v>
- Villatoro, F. (2017). El territorio como sistema complejo. ECA Estudios Centroamericanos(749), 165-176. <https://cutt.ly/IbXNzOy>